

## Repositório ISCTE-IUL

---

Deposited in *Repositório ISCTE-IUL*:

2019-02-08

Deposited version:

Publisher Version

Peer-review status of attached file:

Peer-reviewed

Citation for published item:

Barriga, A. C. (2018). A utilização do twitter na esfera pública: uma leitura a partir do caso português. In Joaquim Fialho, Maria da Saudade Baltazar, José Saragoça, Marcos Olímpio dos Santos (Ed.), *CIReS - 2.º Congresso Internacional de Redes Sociais: perspetivas e desafios emergentes nas sociedades contemporâneas*. (pp. 537-553). Évora: CICSNOVA.

Further information on publisher's website:

--

Publisher's copyright statement:

This is the peer reviewed version of the following article: Barriga, A. C. (2018). A utilização do twitter na esfera pública: uma leitura a partir do caso português. In Joaquim Fialho, Maria da Saudade Baltazar, José Saragoça, Marcos Olímpio dos Santos (Ed.), *CIReS - 2.º Congresso Internacional de Redes Sociais: perspetivas e desafios emergentes nas sociedades contemporâneas*. (pp. 537-553). Évora: CICSNOVA.. This article may be used for non-commercial purposes in accordance with the Publisher's Terms and Conditions for self-archiving.

---

### Use policy

Creative Commons CC BY 4.0

The full-text may be used and/or reproduced, and given to third parties in any format or medium, without prior permission or charge, for personal research or study, educational, or not-for-profit purposes provided that:

- a full bibliographic reference is made to the original source
- a link is made to the metadata record in the Repository
- the full-text is not changed in any way

The full-text must not be sold in any format or medium without the formal permission of the copyright holders.

---

## MÍDIAS SOCIAIS

### **A UTILIZAÇÃO DO TWITTER NA ESFERA PÚBLICA: UMA LEITURA A PARTIR DO CASO PORTUGUÊS**

*Antónia do Carmo Barriga*

*UBI/ CIES-IUL*

*acab@ubi.pt*

## Resumo

Neste texto pretende-se discutir as virtualidades e as limitações da utilização da rede social Twitter na esfera pública. Tendo como baliza perspectivas teóricas sobre o uso da internet quase antagónicas, que tendem a glorificá-la ou a diabolizá-la, tenta-se perceber em que medida o Twitter é utilizado para promover o debate democrático e o escrutínio sobre assuntos de natureza pública. Para tal, e tendo como base algumas pesquisas exploratórias que temos efetuado sobre esta rede social, recorrendo a metodologias de carácter sobretudo qualitativo, incide-se no uso que em Portugal lhe é dado pelos atores do campo político e do campo jornalístico e na análise do *discurso publicado* sobre temas específicos e em períodos determinados.

**Palavras-chave:** Twitter, *Media*, Opinião, Discussão política

## **Abstract**

In this text, it is intended to discuss the virtualities and limitations of the use of the social network Twitter in the public concept.

With theoretical perspectives on the use of the Internet almost antagonistic, which tend to glorify it or to demonize it, it is tried to realize to what extent Twitter is used to promote the democratic debate and the scrutiny on subjects of public nature. For that, and based on some exploratory research that we have already made on this social network, using methodologies of qualitative nature, we focus on the use that in Portugal is given by actors in the political field and the journalistic field and in the analysis of the discourse published on specific topics and in specific periods.

**Key-words:** Twitter, *Media*, Opinion, Political debate

## Introdução

Notícias recentes, como a do The Sunday Times que num estudo realizado com a colaboração da Universidade de Swansea anuncia que Twitter lançou mensagens de forma massiva elogiando os trabalhistas e criticando os conservadores, na campanha das últimas eleições legislativas no Reino Unido em maio do ano passado, ou o recente escândalo que envolveu a utilização de 87 milhões (valor estimado) de perfis do Facebook pela Cambridge Analytica, adensaram a desconfiança nas redes sociais, seja porque elas se demonstram incapazes de proteger a privacidade dos utilizadores, seja porque potencialmente manipulam as suas opiniões políticas e influenciam o sentido do voto ajudando a eleger dirigentes. Relançam-se, portanto, as velhas questões da vigilância e do controlo dos cidadãos pela tecnologia, dos efeitos dos (novos) *media*, do pluralismo (a concentração da propriedade das plataformas digitais é enorme). A estas juntam-se outras que nada tendo de recentes adquirem maior expressão, como a do “efeito bolha” das redes sociais que reforça as ideias semelhantes e bloqueia a entrada do que é divergente, ou a disseminação da desinformação e das já célebres “fake news”. Umhas e outras têm conduzido ao forte questionamento do papel dos media sociais na qualidade da democracia, desmoronando-se a crença na Internet enquanto uma nova e promissora possibilidade de incrementar a democracia digital e a democracia deliberativa. No entanto, poderemos ainda encontrar nas redes sociais um espaço de alguma racionalidade e argumentação? E se sim, poderão elas ainda fazer-nos acreditar na velha promessa de alargar democraticamente o espaço público, no sentido de possibilitarem a perda do monopólio da palavra pelos *media* tradicionais, *curto-circuitando* a autorreferencialidade das formas culturais e mediáticas dominantes? O Twitter poderá ainda ser uma dessas redes?

Nos últimos anos temos tentado perceber como o Twitter, em concreto, é utilizado em Portugal para promover o escrutínio e o debate democrático sobre assuntos de natureza pública, analisando a utilização que dele fazem os atores do campo político e do campo jornalístico. Assim, tem-se procurado ir de encontro ao discurso publicado em *tweets*, respostas, *retweets* e em *links* partilhados pelos políticos, pelos profissionais do campo dos media e também por aqueloutro lugar em que o politico e os media se intercetam: o subcampo dos *media* onde se produz a opinião publicada. Este lugar tantas vezes híbrido e por vezes perverso, quando ocupado pelos “políticos comentadores”, quando ao serviço de interesses de partidos políticos ou quando se confunde opinião com informação, foi

enormemente alargado também pela ação das redes sociais. Neste texto pretende-se, então, continuar a questionar o papel do Twitter na esfera pública e partindo da análise que temos efetuado sublinhar, sumariamente, alguns aspetos da sua utilização em Portugal.

### **A Internet na esfera pública: crescentes desconfianças e algumas velhas questões**

Os *media* (novos ou tradicionais) têm um papel insubstituível na democracia, defendendo-a ou ameaçando-a. A par de todas as descrenças já existentes nas instituições das democracias ocidentais - há muito que os media tradicionais estão em crise - acontecimentos recentes adensam agora a desconfiança nos novos media e a insegurança de quem os utiliza, provando suspeitas já existentes. Há muito que sabemos que o que deixamos na internet é praticamente inapagável, há muito que tememos que os nossos dados pessoais e comportamentais sejam utilizados, mas agora passámos a ter a certeza o nosso rasto é mapeado e sujeito a algoritmos que conseguem distinguir e identificar perfis de consumidor e de eleitor: os eleitores são “arrastados” para “correntes emocionais”, a opinião é manipulada, o comportamento eleitoral é previsto e alterado. Havia rumores que empresa britânica (Cambridge Analytica) detinha uma base de dados com mais de cinco mil “*data points*” psicográficos e sociográficos de cada um de cerca de 220 milhões de americanos, mas é em meados de março de 2018 que foram revelados pormenores da estratégia que terá usado para ajudar Donald Trump a vencer as presidenciais norte-americanas de 2016 (e também na vitória do “Brexit” ou na campanha de Ted Cruz) usando plataformas digitais como o Google, Snapchat, Twitter, Facebook e YouTube.

O jornal The Guardian acedeu ao documento onde se mostram as técnicas utilizadas (tratamento intensivo de dados recolhidos em inquéritos e algoritmos desenvolvidos pela empresa) para direcionar mensagens nas redes sociais para determinados eleitores, de forma a favorecer o voto no candidato republicano, tendo para tal acedido a dados de cerca de 83 milhões de utilizadores do Facebook. Note-se que a empresa usou também uma nova técnica de publicidade oferecida pelo Twitter, a qual permitia aos clientes lançar mensagens virais. Mas não são, de facto, questões novas. A atual *sociedade em rede*, designada anteriormente de *sociedade informática* (Shaff,1995), trata-se numa perspetiva “apocalíptica” de uma *sociedade de controlo*, herdeira e substituta da sociedade disciplinar foucaultiana. Neste sentido, Deleuze teria sido premonitório ao alertar para as consequências do uso das novas tecnologias no controlo social e ao entendê-las como a mais nova expressão do exercício do

poder na sociedade moderna. O símbolo do controlo deixa de ser o *panóptico* e é substituído pela Internet: de microfísico, o poder passa a envolver todo o corpo social, recorrendo a tecnologia que funciona a partir da sedução: a sedução do controlo opõe-se à coerção das sociedades disciplinares (Deleuze, 1992).

Com efeito, os artefactos tecnológicos levaram o “controlo” e a “vigilância” para dentro de casa e os atuais dispositivos móveis trouxeram a possibilidade ou o risco de os levar para todo o lado. A “vigilância” para além de política e social (ao serviço de Estados, organizações que detêm grandes quantidades de dados, ou motores de busca, entre outros) passou também a ser “inter-relacional” – a que se pode exercer sobre nós mas também a que podemos exercer sobre outros (próximos ou distantes, familiares ou desconhecidos). Contrariamente, para alguns autores de que é exemplo Papacharissi (2010), o uso das tecnologias convergentes ao permitirem maiores oportunidades de interação, autoexpressão, escolhas e controlo, podem mesmo ampliar a independência do indivíduo, fazendo do cidadão do século XXI um cidadão mais autónomo. Diríamos que um cidadão talvez também mais *voyerista*. A “arquitetura” de redes como o Facebook ou o Twitter tendem a promover o *voyeurismo*?

André Barata (2017) questiona-se por que tratamos as redes sociais como se fossem espaço público se são serviços privados como um desenho que, em última instância, é decidido pelo mercado. Concordamos com ele que as redes sociais, apesar de privadas, permitiram romper a compressão do espaço público, antes acessível apenas a uma elite, e permitiram constituir, mesmo enquanto simulacro, uma prática de espaço público onde este não existia. Portanto, é esta “aparência de espaço público” mas sobretudo a sua real ocupação que pensamos que dá pertinência à sua abordagem sociológica. Existe já um património de perspetivas teóricas sobre o papel da internet, em geral, na esfera pública. Umas situam-se mais num registo mais catastrofistas, outras ainda de entusiasmo.

Na realidade, vários argumentos podem ser mobilizados para sustentar a descrença nas potencialidades da tecnologia, da internet e das redes sociais, em particular. Desde logo, como já fizemos atrás, não se pode ignorar que as redes sociais têm sido muito utilizadas para a disseminação de notícias falsas, alimentando populismos e desinformação, manipulando comportamentos eleitorais, como veículo de circulação de propaganda de organizações terroristas e de forma de comunicação entre os seus membros. Para o próprio Tim Berners-Lee, criador da *World Wide Web*, o sistema está a falhar. A maneira como a publicidade trabalha com ‘clickbait’ não está a cumprir o objetivo de ajudar a humanidade

a promover a verdade e a democracia (2017). Noutras palavras, e no pessimismo de Tzvetan Todorov (2017), corroída pelos inimigos íntimos que ela própria engendrou, a democracia já não está à altura das suas promessas.

Mas sabe-se que o uso da Internet para fins políticos é claramente menor se comparado com outros fins a que se destina e que a deliberação democrática está completamente ofuscada pelo consumismo, entretenimento e que o caráter comunicativo da discussão política nem sempre promover o ideal cívico (Dalhgren, 2005: 151). Por outro lado, as discussões políticas são frequentemente dominadas por políticos que as utilizam para defender as suas agendas (Jensen, 2003). As redes sociais têm uma natureza estratificada e não participativa: domínios de grandes corporações e dos atores sociais e políticos mais poderosos, que centralizam a formação do discurso e da opinião (Fuchs, 2014). Note-se também que acesso não é o mesmo que participação, da mesma forma que a interação, frequentemente associada no contexto web como uma estrutura bidirecional, não será suficiente para captar a essência completa do conceito de participação (Carpentier, 2011). Noutro sentido, sabemos que existem “discursos de ódio” e que a *troca de opiniões* entre as pessoas nem sempre é amistosa, com certa frequência caracteriza-se pelo insulto, remetendo para os “ambientes sociais” a que se refere Wilson Gomes. Nestes, a política caracteriza-se pela massificação, que também significa democratização, mas comporta o amadorismo e reforça a polarização, o comportamento belicoso.

Diferentemente, outros autores preconizaram que internet é uma esfera pública virtual de pleno direito, devendo ser entendida como espaço virtual facilitador da renovação da esfera pública, ou mesmo como uma *ciberdemocracia* que promova e alargue o debate democrático e fomente a participação política. Assim, destaque-se as perspetivas de para quem a Internet é uma esfera pública virtual de pleno direito (Lévy, 2002; Castells, 2001), daqueles que a entendem como espaço virtual facilitador da renovação da esfera pública (Kellner, 1999; Moore, 1999; Noveck, 1999; Slevin, 2000; Papacharissi, 2002), ou a dos autores que a veem como uma “promessa política” (Hindman, 2009), uma *ciberdemocracia* que promova e alargue o debate democrático e fomente a participação política (Dalhgren, 2000; Kwak, Williams, Wang & Lee, 2005; Dahberg, 2001; Warnick, 2007; Carlin et al., 2005; Pickard, 2006; Albrecht, 2006). Para alguns as redes sociais passam de mero instrumento de socialização a uma oportunidade para a participação dos cidadãos no debate público da política (Larsson & Moe, 2011), a longo prazo, podem permitir à sociedade civil adquirir mais poder (Shirky, 2011), tornarem-se espaços poderosos para inclusão das vozes



marginalizadas no debate político fazerem ouvir a sua opinião (Newsom, Lengel e Cassara, 2011; Bennett e Segerberg, 2011).

Voltamos a subscrever André Barata, “o problema não está nas redes sociais, e sim num tipo de relação social que nos transforma em produção que a sua configuração atual exponencia (...) “a resposta não deve ser uma defesa nostálgica de um espaço público do passado contra as redes sociais do presente, mas restaurar nestas a centralidade da argumentação, reivindicando-a para as redes sociais existentes” (2017). Enquanto não se criarem outras redes sociais, com configurações mais consentâneas com a ideia de espaço público, como defende o autor, talvez interesse continuar a indagar aspetos concretos, tais como: na discussão dos assuntos políticos que ocorre nos *novos media* está-se perante o reforço da participação dos mesmos atores, já omnipresentes nos *media tradicionais*, ou perante o aparecimento de novos protagonistas e novas formas de participação política. Em que medida o Twitter, em particular, é utilizado para promover o debate sobre assuntos de natureza pública?

### **Para um perfil dos utilizadores do Twitter**

O Twitter, criado em 2006, não é das redes sociais mais populares. O número de utilizadores, significativamente mais expressivo nos EUA do que nos restantes países, não é muito relevante se considerado no conjunto das redes sociais, onde o Facebook continua a imperar. Assim é também em Portugal.

Estimou-se que em 2014 23% de todos os utilizadores de internet adultos e um quinto de toda a população adulta usasse o Twitter (Duggan et al, 2014). Porém desde meados de 2015 que quase estagnou nos 330 milhões de utilizadores ativos mensais. A empresa que detém esta plataforma digital, tem procurado aumentar o número de utilizadores e as receitas (já perdido metade do seu valor desde a entrada em bolsa, em 2013, tendo perdido vinte milhões de dólares no terceiro trimestre de 2017). Para tal, tem conduzido experiências de aproximação às características de outras redes. São disso exemplo a substituição do “FAV” (“favoritos”, inicialmente destinada a arquivar links ou informações) pelo ícone *coração* (por analogia ao “like” de outras redes sociais), a substituição do *feed* cronológico de mensagens e, recentemente, em Dezembro de 2017, a pouco consensual generalização dos tweets (potencialmente) duas vezes mais longos, passando dos 140 caracteres (para muitos uma “imagem de marca”) para os 280.

A twittosfera é composta por ativistas políticos e “comentadores culturais”, em grande parte, os quais veem na rede um meio eficaz de influência. Donde, quem *fala* nesta rede são pessoas que dão especial atenção a questões políticas (Breynner, 2014). Nos EUA a utilização é maior entre os residentes urbanos, os adultos com menos de 50 anos e pessoas com rendimentos mais altos (Perrin, 2015). Esta rede é referida como uma plataforma de notícias, sendo que a informação de última hora é uma das suas funções essenciais; os utilizadores são um grupo especialmente em sintonia com notícias, media, cultura e vida cívica; (Breynner, 2014). É considerado por muitos o verdadeiro “minuto-a-minuto do planeta”, pois ali a informação quase circula em *tempo real*, permitindo que as informações sejam produzidas através de um fluxo contínuo de trocas, interações e hiperconexão de conteúdos. De acordo com os dados do Digital News Report (2017), a Internet é o segundo meio mais utilizado pelos portugueses para aceder a notícias (31,5%), a seguir à televisão (54,5), sendo que 13,3% dos portugueses inquiridos utilizam as redes sociais como a sua principal fonte de notícias. Contudo, entre os portugueses o Twitter é pouco utilizado (até o Facebook Messenger ou o Whatsapp são mais utilizados, sendo que o Facebook continua a ser de longe a rede mais utilizada).

Relativamente à utilização do Twitter pelos políticos, dados do Laboratório Ciências da Comunicação ISCTE-IUL, indicam que em Portugal 68% dos membros do Governo e 87% dos deputados estão nas redes sociais (2016). Entre nós, parecer haver uma “comunidade” que utiliza o Twitter para a discussão em torno dos temas políticos e que ao “agendar” os assuntos, frequentemente através da partilha ou *retweet* de *links*, assume um papel de *gatekeeper*, assinalando “ao minuto” o que importa que saibamos. Ainda que o faça para um pequeno *auditório* ou *círculos*, em muitos casos fá-lo para *dentro do poder*, numa relação de proximidade ou de distância, mas sempre com a possibilidade de o escrutinar. (Barriga, 2015a; 2015b; 2017). É esta capacidade de influência social e política, inevitavelmente só ao alcance de alguns, que o tem diferenciado de outras redes sociais. É aí que encontramos também discursos advindos do campo político e jornalístico, nomeadamente os que *opinião publicada* veicula.

Assim, encontramos em Portugal uma forte presença de uma “comunidade” a que apelidamos de *subcampo dos media*, entendido enquanto lugar de intersecção entre o campo político e o jornalístico. (Barriga, 2007; 2009). Nele se incluem profissionais, advindos sobretudo do campo político e do jornalístico, ou com eles mantendo forte relação, caracterizando-se por protagonizarem a “opinião publicada”. Isto é, a produção da opinião

tornada pública, independentemente do *media* onde é veiculada ou do “formato” que assume (“comentário político, a “coluna de opinião, “post” e “tweet”). A opinião de alguns comentadores começou, pois, a ser ampliada e deslocada para outros sítios que não aquele onde é emitida: uma opinião veiculada na televisão passou a ser discutida no Twitter; passou a poder aceder-se à opinião de um determinado comentador nas redes sociais, interagindo com ele.

Muitos dos colunistas que escrevem na imprensa, estão presentes na Tv e na rádio, começaram por participar em blogues e a são hoje presença habitual nas redes sociais. Pelo que existem múltiplas situações de acumulação de registos de opinião numa mesma pessoa. Deste modo, a presença destes atores do subcampo dos media nos novos media parece resultar no reforço deste subcampo, na continuidade de algumas das suas características e na emergência de práticas novas, como a articulação entre a diversidade dos media ou interação que os novos suportes possibilitam, bem como a partilha de *links* para promover as colunas de opinião, as prestações televisivas ou radiofónicas dos próprios. De facto, a rapidez com que a informação chega aos outros utilizadores e a grande frequência com que é acedida, permite “promover” os programas televisivos ou eventos políticos, através da indicação de horários e do canal de televisão em que se vai estar a “comentar; a mobilidade dos novos dispositivos permite enviar *twets* do estúdio e obter feedback.

Em interação com estes atores, a utilização da rede pelos de atores com ligação campo político, por sua vez, não é negligenciável, já que se verifica uma crescente presença de políticos (na sua maioria jovens), nomeadamente governantes, detentores de cargos partidários, deputados. Também estes são presença habitual nos “espaços de opinião” das televisões e dos jornais. Por esta razão e pelo cargo que desempenham tem, naturalmente, uma visibilidade acrescida na *twittosfera* e a sua presença na rede, não raramente, ecoa nos *media* tradicionais, sobretudo se geradora de polémica.

No espaço *online* as conexões das redes sociais são ampliadas, o que conduz à complexificação da interconexão entre os indivíduos. De acordo com a designação de Raquel Recuero (in Recuero e Zago, 2009), é nas “redes emergentes” que ocorre, pois, o processo de aprofundamento dos laços sociais. Recuero e Zago (2009) sublinham um aspeto importante: a circulação de informações é também uma circulação de valor social que gera impactos na rede; as informações partilhadas estão, pois, relacionadas com o capital social que, deste modo, é construído e mais facilmente mobilizado pelos atores. No Twitter qualquer um pode seguir qualquer outra pessoa sem que haja um acordo de reciprocidade

entre o “seguidor” e o “seguido”, esta facilidade de “seguir” alguém (com notoriedade), perguntar e obter resposta, manter ou aprofundar laços do mundo *offline* e pertencendo a uma “rede dentro da rede” (a *timeline*), faz também emergir novos nomes (ausentes dos media tradicionais) e novas ideias, alargando e estimulando a discussão em torno dos assuntos políticos.

### **Entre o público e o privado: à procura de um sentido para o discurso**

Ressalvando a polissemia associada à palavra “privacidade” e o seu carácter fortemente normativo, sublinhe-se a historicidade do conceito, o quanto tem variado no tempo, e como as conceções prevalecentes são construções eminentemente sociais, indestrinçáveis do contexto social. Aliás, as alterações à conceção de privacidade são uma das marcas da pós-modernidade. Mas como referiu Arendt (2001), na esfera pública moderna já se encontravam alguns dos aspetos mais privados da existência humana; na contemporaneidade, tudo parece indicar que mudanças sociais (como as que advêm da relação com as tecnologias da informação) concorram para a uma maior permeabilidade do espaço público a esses aspetos. Autores como Baumann (2002) ou Innerarity (2009) têm aludido à intimidade tornada visível. A propósito da visibilidade, Brighenti (2010) sugere dois modelos principais: num deles, a esfera pública é uma forma de visibilidade em que *se está em público*; o segundo é o reino público da visibilidade social, da interação, no qual o reconhecimento do outro se torna central para a construção do eu. Como referem Carvalheiro et al (2013) de facto “ a identidade pessoal penetrou nos cenários públicos e o espaço privado, outrora sacralizado, deixou de estar arredado da discussão pública (...) esta correlativa privatização do espaço público deu lugar a uma situação de indiferenciação entre as duas esferas, sobretudo porque o âmbito público é constantemente invadido por particularidades individuais, por idiosincrasias.” (2013: 108).

Sendo o discurso sobre os assuntos da *polis* que mais nos tem interessado, nos últimos três anos ensaiámos procedimentos metodológicos de cariz eminentemente qualitativo, na tentativa de captar o sentido dos discursos e das interações que ocorrem no Twitter, ou pelo menos em algumas *timelines*. Esses procedimentos têm recorrido à observação não participante em *timelines* que se tem constituído para efeitos da pesquisa e à análise de

conteúdo dos post, *links* partilhados, *tweets* ou *retweets* publicados nos perfis dos quais se é “seguidor”.

Neste sentido, numa primeira pesquisa exploratória (2015) tentámos perceber de que modo a utilização que os atores (considerados na análise) fazem do Twitter se insere, ou não, na tendência de *privatização do público*, considerada não só como o “regresso da casa como espaço político”, (Papacharissi, 2010) mas sobretudo enquanto participação pública que evade o território do político e entra por aspetos do quotidiano, de natureza mundana, com maior ou menor exposição do privado. No Twitter estabelecem-se cumplicidades de natureza pessoal e surgem familiaridades (ou a sua ilusão). A observação mais prolongada da presença dos (mesmos) atores que discutem as questões políticas e a vida pública registou outras características: por vezes os comentários expressos nos *tweets* evadem o território do político e do ideológico e desviam-se para assuntos e factos do quotidiano, de natureza aparentemente mais privada do que pública.

Posteriormente, duas pesquisas reportaram-se aos discursos que circulam sobre a ação dos media em Portugal. Numa delas (2017) colocou-se a questão de foi saber em que medida este o Twitter contribui para o pluralismo no espaço público, optando-se por atentar numa temática que se constatou ter sido referida nessa rede social: a falta do próprio pluralismo político nos media. Durante o período analisado e nos vários registos recolhidos (*tweets*, *retweets*, partilhas de links) várias pessoas da *timeline* expressaram opiniões denunciando a ausência de pluralismo nos media portugueses. Contudo, o grupo fê-lo diferentemente. Aqueles que exercem atividade política (à época em partidos da oposição) foram os que menos se pronunciaram sobre a ação dos *media*. Dos políticos que fazem parte da nossa *timeline*, os que detêm cargos políticos de liderança ou que se encontravam em disputa eleitoral mantiveram uma atitude distanciada face ao papel dos *media*. Similarmente, os que se dedicam ao jornalismo (sobretudo quem ocupa cargos de direção em órgãos de comunicação) também não discutiram incisivamente papel dos *media*. O tratamento jornalístico efetuado pelos outros *media*, nomeadamente na abordagem da questão falta de pluralismo político, raramente foi comentado, ainda que fossem visíveis tomadas de posição críticas do pensamento político-ideológico dominante no momento e que se observasse a defesa de causas públicas e cívicas. Inversamente, cerca de metade da *timeline*, constituído por quem assina comentário político (de modo *freelancer*), escreve em blogues, trabalha em áreas afins à comunicação política ou leciona no Ensino Superior Comunicação ou da Ciência Política, frequentemente revelou acutilância na abordagem da questão da falta de

pluralismo nos media. Sem surpresa, constata-se pois que quanto mais se é exterior ao campo iminentemente político e ou ao jornalístico mais crítico se é.

Numa última pesquisa, realizada em 2018, pretendeu-se sobretudo perceber que reflexão produzem os comentadores - cuja presença nos media portugueses é mais forte, tendo por referencia a participação nos diferentes *media* - sobre o campo dos media, nomeadamente sobre a ação dos media. Identificaram-se seis comentadores, presentes simultaneamente na TV, na imprensa e no Twitter, encontrando-se tomadas de posição muito distintas (como distintas são as suas ideologias e identidades profissionais, entre outros fatores). Contudo, dir-se-ia que aqueles que mais frequente e negativamente se pronunciaram sobre os *media*, particularmente quanto a questões ético-deontológicas, são os que mantêm ligações mais fortes ao campo jornalístico (incluem-se nele). Quando se tratam de questões passíveis de motivações e/ou efeitos políticos (como foi o caso da manchete do Expresso), como seria expectável é quem está mais implicado politicamente que mais se manifesta. Considerando o conjunto das seis contas analisadas, pudemos concluir que o debate sobre os assuntos relacionados com os *media* e as práticas profissionais é diminuto.

Concluindo, e não obstante a observação da discussão de assuntos do domínio do público, teremos que admitir, tal como André Barata, que as redes sociais hibridam características do espaço privado no espaço público. Conforma-se o espaço público a uma rede que é, primordialmente, de amigos e que fará prevalecer uma lógica de amizade como estruturadora do espaço público; cumprem muito melhor o papel de organizadores e mobilizadores políticos de facções do que criadores da esfera pública habermasiana, assente no debate público argumentado. (Barata, 20017).

## **Notas finais**

Neste simulacro de esfera pública em que se tornaram as redes sociais, talvez não seja tanto as possibilidades dos cidadãos participarem nas discussões públicas que se alargaram, mas sim o campo político. Expandiu a sua exposição mediática e o presumível benefício eleitoral que possa obter. Talvez a democracia esteja a perder mais do que a ganhar. Os utilizadores das plataformas digitais trocaram os seus dados (a que já se chama o “novo petróleo”) pelo

acesso gratuito, aumentando-lhes o poder de manipular. As concepções de “privacidade” alteraram-se e são hoje múltiplas, tal com as formas de a violar. Ressalve-se a polissemia associada ao termo “privacidade” e o seu carácter fortemente normativo, e sublinhe-se a historicidade do conceito, e o como as concepções prevaletentes são construções eminentemente sociais, indestrinçáveis do contexto social. Aliás, as alterações à concepção de privacidade são uma das marcas mais fortes da pós-modernidade. E no entanto, como referiu Arendt (2001), na esfera pública moderna já se encontravam alguns dos aspetos mais privados da existência humana. Nada é de hoje, nada se pode imputar apenas aos (novos) media sociais.

Parece-nos claro que o Twitter se assume como um prolongamento dos media tradicionais (por exemplo, quando constatamos a “transitoriedade” e “omnipresença” dos mesmos atores ou a publicitação e amplificação da *opinião* que aqueles publicam. Constatámos como a rede é abundantemente usada para a divulgação de conteúdos e mensagens marcadamente político-ideológicos (opiniões, textos ou prestações nos media, ações de campanha e links de eventos políticos, etc) e para influenciar o espaço público de um modo muito mais eficaz que outrora. E percebemos também como as “bolhas” e os “círculos” onde se intercetam as várias *timelines* são restritos e como a participação de quem não lhes pertence pouco mais é do que um outro simulacro, e tantas vezes se faz através de um discurso ostentatoriamente ofensivo. E no entanto não tem de ser irremediavelmente assim. A utilização dos media sociais, atualmente tão diabolizados, pode passar de uma ameaça à democracia e aos direitos dos cidadãos a um potencial instrumento que a sirva. Como Kranzberg disse, a tecnologia não é boa, nem má, nem neutra (citado em Boyd & Crawford, 2012: 662) e a relação entre tecnologia e sociedade será sempre um processo de condicionamento recíproco (Baym, 2010). Ao longo dos últimos três anos de observação do Twitter encontrámos indícios também da existência de um lugar para os discursos mais contracorrente, uma visibilidade para os mais críticos das correntes do pensamento dominantes, para a defesa de opções políticas, morais e comportamentais mais marginais. Em tempo de acentuada concentração da propriedade de dos media (incluindo as plataformas digitais), ainda assim o Twitter permite o acesso a informação múltipla e diversa. A sua existência não pode deixar de não ter implicações no funcionamento democrático, mas também não pode prescindir de escrutínio e questionamento.

## Referências bibliográficas

- Albrecht, S. (2006). Whose voice is heard in online deliberation? A study of participation and representation in political debates on the Internet. *Information, Communication & Society*, 9(1), pp. 62-82.
- Barata, A. (2017). Para uma crítica das redes sociais, *Jornal Económico*, Acedido em janeiro 26, 2017 em <http://www.jornaleconomico.sapo.pt/noticias/critica-das-redes-sociais-115244>
- Barriga, A. C. (2009). A emergência de um subcampo: tentativa de conceptualização da actividade do colunista. *Trajectos - Revista de Comunicação, Cultura e Educação*, 16, pp. 37-52.
- Barriga, A. C. (2015). O debate político nas contra-esferas públicas: como se discute em 140 caracteres. *Media & Jornalismo*, [Vol. Especial], pp. 111-126
- Barriga, A.C.(2017). Sobre a ausência de pluralismo nos média: como observar a invisibilidade do debate político nos novos média??. In A. Moreira, E. Araújo & H. Sousa (Eds.), *Comunicação e Política: tempos, contextos e desafios*. Braga:,CECS. pp. 21-43.
- Baym, N. K. (2010). Personal connections in the digital age, *Polity Press*. Acedido em Junho 15, em <<https://pdfs.semanticscholar.org/19f5/b1a3bee9802dde4d9587743670cd9a02a095.pdf>>.
- Bennett, W. L. (2015). Changing societies, changing media systems: Challenges for communication theory, research and education. In Stephen Coleman, Giles Moss, Katy Parry, (Eds.), *Can the media serve democracy? Essays in honour of Jay G. Blumler*, Reino Unido: Palgrave Macmillan, pp. 151–163.
- Bennett, W. L. and Segerberg, Al. (2011). Digital media and the personalization of collective action, *Information, Communication & Society*, 14, (6),pp. 770-799.
- Boyd, D. & C. K. (2012). Critical Questions for Big Data. *Information, Communication & Society* Vol. 15, Iss. 5: pp. 662–679
- Brenner, J. (2014). Can Twitter survive in a Facebook world??. Acedido em Março 17, 2015, em <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/06/11/can-twitter-survive-in-a-facebook-world-the-key-is-being-different/>
- Carlin, D., Schill,D. Levasseus,D. and King, A. (2005).The post-9/11 public sphere: citizen talk about the 2004 presidential debates. *Rhetoric and Public Affairs*, 8(4): 617-638.
- Carpentier, N. (2011). *Media and Participation. A site of ideological-democratic struggle*. Bristol: Intellect.
- Carvalho, J.R., Prior, H., Morais, R. (2013). Público, Privado e Representação Online: o Caso do Facebook. In Fidalgo, António e Canavilhas, J (Org) *Comunicação Digital – 10 anos de investigação* (101-109). Coimbra: Edições Minerva
- Castells, M. (2001). *The internet galaxy*. Oxford: Oxford University Press.
- D., L. (2001). The Internet and democratic discourse: exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, 4, pp. 615-633.



- Dahlgren, P. (2000). L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication. *Réseaux*, 18 (100), pp. 157-186.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: dispersion and deliberation, *Political Communication*, 22 (2), pp. 147-162.
- Deleuze, G. (1992). Postscript on the Societies of Control. Acedido em Abril 23, 2015, em [https://files.nyu.edu/dnm232/public/deleuze\\_postscript.pdf](https://files.nyu.edu/dnm232/public/deleuze_postscript.pdf)
- Duggan, M., Ellison, N., Lampe, C., Lenhart, A. & Madden, M. (2014). Social media update 2014. Acedido em Abril, 2015, em <http://www.pewinternet.org/2015/01/09/social-media-update-2014/>
- Hindman, M. (2009). *The myth of digital democracy*. Princeton: Princeton University Press.
- Innerarity, D. (2009). *A Sociedade Invisível*. Lisboa: Teorema.
- Kellner, D. (1999). Globalisation from below? Toward a radical democratic technopolitics. Angelaki. *Journal of the Theoretical Humanities* 4(2), pp. 101-113.
- Kwak, N., Williams, A. E., Wang, X., & Lee, H. (2005). Talking politics and engaging politics: An examination of the interactive relationships between structural features of political talk and discussion engagement". *Communication Research*, 32(1), pp. 87-111.
- Larsson, A. O. and Moe, H. (2011). Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign. *New Media & Society*, 13, 1180–1197.
- Lévy, P. (2002). *Cyberdémocratie*, Paris, Éditions Odile Jacob.
- Martinho, A. & Cardoso, G. (2017). Portugal. In N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, D. A. L. Levy & R. K. Nielsen (eds.). Reuters Institute Digital News Report 2017. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Martinho, A. Crisóstomo (2016). Em Portugal 68% dos membros do Governo e 87% dos deputados estão nas redes sociais. European Journalism Observatory. Acedido em outubro 7, 2016, em <https://pt.ejo.ch/social-media/portugal-68-dos-membros-do-governo-87-dos-deputados-estao-nas-redes-sociais>
- Moore, R. K. (1999). Democracy and cyberspace. In B. N. Hague and B. D. Loader (org) *Digital Democracy: Discourse and decision making in the information age*. London: Routledge, pp.39-62
- Newsom, V., Cassara C., and Lengel (2011). Discourses on Technology Policy in the Middle East and North Africa: Gender Mainstreaming vs. Local Knowledge". *Communication Studies*, 62 (1), pp. 74-89.
- Noveck, B.S.(1999). Transparent space: Law, technology and deliberative democracy in the information society. In C. Kratx (ed). *Cuddltural values*. Cambridge: Blackwell, pp. 472–492.
- Papacharissi, Z. (2002). The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere. *New Media & Society*, 4, pp. 9-27.
- Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere: democracy in a Digital Age*. Cambridge: Polity Press

Perrin, A. (2015). Social Media Usage: 2005-2015. Acedido em Junho 14, 2014, em <http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>

Pickard, V. W (2006). Assessing the radical democracy of indymedia: discursive, technical, and institutional constructions. *Critical Studies in Media Communication*, 23 (1), pp. 19-38

Recuero, R. e Zago, G. (2009). Em busca das “redes que importam” – Redes Sociais e Capital Social no Twitter. Acedido em Maio 17, 2014, em: [http://www.compos.org.br/data/trabalhos\\_arquivo\\_coirKgAeuz0ws.pdf](http://www.compos.org.br/data/trabalhos_arquivo_coirKgAeuz0ws.pdf)

Shaff, A. (1995). *A sociedade informática*. São Paulo: Brasiliense.

Shirky, C. (2011). The political power of social media. *Foreign Affairs*, 90, (1), pp. 28-41

Slevin, J. (2000). *The Internet and Society*, Cambridge: Polity Press.

Solon, O. (2017). Tim Berners-Lee on the future of the web: 'The system is failing'. Acedido em Novembro, 17, 2017, em <https://www.theguardian.com/technology/2017/nov/15/tim-berners-lee-world-wide-web-net-neutrality>

Tzvetan T. (2017). *Os Inimigos Íntimos da Democracia*. Lisboa: Edições 70

Warnick, B. (2007). Surveillance cameras in schools: An ethical analysis”. *Harvard Educational Review*, 77, (3), pp. 317-343.