

Juventude, engajamento e participação e os padrões culturais da sociedade em rede

Juventud, compromiso cívico y participación y los patrones culturales de la sociedad red

Carla Mendonça (Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos –, cetiene@gmail.com)

Resumo

Este artigo apresenta resultado de pesquisa exploratória que buscou compreender e explicar, nos termos da ação social weberiana, como jovens de países de diferentes culturas usam ferramentas de autocomunicação de massa com o fim de engajamento cívico e participação pública. A pesquisa parte dos estudos da Sociedade em Rede, de Manuel Castells, e utiliza novos conceitos de engajamento cívico, de participação política e de esfera pública, híbrida de digital e de urbana. Ressalta ainda o papel da juventude nos movimentos sociais em rede. Na pesquisa qualitativa, com o uso de análise de conteúdo, foram avaliados artigos publicados em blogs por brasileiros e americanos da faixa etária de 14 a 25 anos sobre os protestos no Brasil em 2013 e o movimento Occupy Wall Street em 2011. Na pesquisa comparativa, identifiquei que eles usam essas ferramentas expressando valores cosmopolitas, multiculturais e de individualismo em rede.

Palavras-chave: juventude, engajamento cívico, participação pública, novas mídias, sociedade em rede

Resumen

Esto trabajo expone resultados de un estudio sobre cómo jóvenes de distintos países usan herramientas de comunicación digital con fines de participación ciudadana y compromiso cívico partiendo de la teoría de acción social de Max Weber. La investigación tiene la premisa que en la época de la sociedad en red hay nuevas formas de compromiso cívico y participación política, de las cuales emerge una nueva esfera pública, que es un híbrido entre las acciones que se realizan en los espacios digital y urbano. Esto permite un empoderamiento de las juventudes en los movimientos sociales en red. Mediante técnicas de investigación cualitativa, fueron revisados los artículos publicados en blogs brasileños y norteamericanos, administrados por jóvenes entre 14 a 25 años. El contenido tiene como temas centrales las protestas en Brasil en 2013 y el movimiento Occupy Wall Street en Estados Unidos en 2011. Mediante este estudio comparativo identifiqué que ellos comparten la expresión de valores cosmopolitas, multiculturales y de individualismo en red.

Palabras llave: juventud, compromiso cívico, participación ciudadana, nuevos medios sociales, sociedad red

Abstract

This paper presents outcomes of an exploratory research that aimed to comprehend and explain, in a Weberian model, how young people from different national culture settings use the mass self-communication tools for the purposes of increasing civic engagement and public participation. The research considered de network society background and brings new concepts of civic engagement, participatory politics and a new public sphere, which is hybrid of digital and urban. It highlights the role of youth in the new networked social movements. Throughout a qualitative research, by means of content analyses, posts published on blogs by Brazilians and Americans within the ages 14 to 25 about the 2013 Brazilian protests and the Occupy Wall Street movement were analyzed. Throughout the comparative research step, I identified that they use the mass self-communication tools expressing cosmopolitan, multicultural and network individualism cultural values.

Key words: youth, civic engagement, participatory politics, new media, network society

Introdução

Este artigo apresenta resultados de uma pesquisa exploratória que buscou compreender e explicar como jovens de países de diferentes culturas usam ferramentas de autocomunicação de massa com o fim de engajamento cívico e participação pública no contexto da sociedade em rede global. O estudo ressalta o papel da juventude em movimentos sociais em rede.

Os novos conceitos apresentados são resultantes dos intensos diálogos que vem sendo realizados entre pesquisadores sobre o uso e os impactos tão recentes das novas mídias na sociedade, especialmente, quando se trata do protagonismo juvenil, e inclusive no que diz respeito às novas práticas políticas que podem vir a moldar o milênio que se inicia.

Castells (1999) propõe que a sociedade em rede é uma nova estrutura social que emerge no contexto da globalização multidimensional que vivemos há algumas décadas. Essa sociedade se manifesta de várias formas conforme a diversidade de culturas e instituições em todo o planeta, delineada pela reestruturação global do modo capitalista de produção. Ela se organiza em redes ativadas por tecnologias de informação e comunicação baseadas na microeletrônica e no processamento digital de informação. Tem configurações específicas de redes globais, nacionais e locais em um espaço de interação social multidimensional possibilitado por essas tecnologias.

Essa nova estrutura transforma bases sociais, diz Castells (2009). As fontes de poder – violência e discurso, coerção e persuasão, dominação política e enquadramento cultural –, por exemplo, não mudaram na sociedade em rede, mas agora são estabelecidas em dois territórios: na articulação entre global e local e nas redes. Como as redes são múltiplas, as relações de poder são típicas de cada uma delas.

O estado-nação não desaparece, mas as fronteiras nacionais das relações de poder são apenas mais uma dimensão onde poder e contrapoder operam. O processo de decisão passa a ser realizado

em uma rede de interação entre instituições nacionais, supranacionais, internacionais, regionais e locais e chegando à sociedade civil. Diante disso, as relações de poder nas redes globais só podem ser afetadas por discursos globais difundidos por meio das redes globais de comunicação.

Estruturas sociais, como a sociedade em rede, são os arranjos organizacionais dos homens em suas relações de produção, consumo, reprodução, experiência e poder expressos em comunicação significativa codificada pela cultura, afirma Castells (2009). Em sua especificidade, a sociedade em rede integra essas múltiplas culturas definidas por diferentes histórias e geografias em diferentes partes do mundo, e se desenvolve nessa multiplicidade, postula Castells (2009). Ela se materializa em formas específicas, levando à formação de diversos sistemas culturais e institucionais globais.

Ainda conforme o autor, ela existe globalmente em tempo real e é global em sua estrutura. Ela não apenas implementa sua lógica no mundo inteiro, mas mantém sua organização em rede em nível global ao mesmo tempo que se especifica em cada sociedade. Mesmo que a maioria das pessoas do mundo não esteja incluída em suas redes, somos todos afetados pelos processos que ocorrem nelas. Ela coexiste com sociedades rurais, comunais e industriais em todos os países.

Para Bauman e May (2010), embora sintamos o mundo no espaço local, as pessoas e as coisas que percebemos não são mais exclusivamente locais: mídias de todos os tipos ampliam nosso campo de percepção, oferecendo-nos perspectivas externas ao que julgamos local. Mesmo o conceito de comunidade se transforma: ele dependia da noção de interação face a face em um espaço territorial, limitado pela mobilidade. Agora os participantes das interações podem estar em diferentes pontos do planeta, independente de seu pertencimento a uma rede de espaço definido. Esse novo tipo de comunidade capitaliza-se por atividades comunicacionais, por um saber adquirido por descrição, em situações de copresença, por meio da mídia.

Para Castells (2012), com o surgimento da autocomunicação de massa nesse contexto, movimentos sociais e indivíduos rebeldes tem a sua disposição extraordinário meio para construir autonomia e fazer frente às instituições da sociedade em seus próprios termos e em torno de seus próprios projetos. A tecnologia não é apenas uma ferramenta, é um meio, uma construção social com suas próprias repercussões e é também produto de uma cultura que valoriza a autonomia individual e a construção individual de um projeto do ator social.

Para Almond e Verba (1989), a questão central da política pública no final do Século XX e início do XXI é que conteúdo esta cultura emergente no mundo terá. Os autores afirmam que, aparentemente, a cultura ocidental se difunde rapidamente junto com a tecnologia da qual ela depende. Eles acreditam que o problema no conteúdo dessa cultura emergente é seu caráter político porque, embora o movimento em direção à tecnologia e à racionalidade pareça uniforme em todo o mundo, a direção da mudança política é menos clara. Eles identificam um aspecto dessa nova cultura política: a participação. “Though this coming world political culture appears to be dominated by the

participation explosion, what the mode of participation will be is uncertain.” (ALMOND; VERBA, 1989, p. 3)

Inglehart e Welzel (2009) afirmam que as mudanças de valores de geração para geração refletem mudanças históricas nas condições existenciais de uma sociedade e que essas mudanças ocorrem nas sociedades onde as gerações mais jovens vivenciam condições de formação diferentes das vividas pelas mais velhas. Esse processo permite a mudança intergeracional de valores, um processo gradual que ocorre à medida que uma geração mais jovem substitui a anterior na população adulta de uma sociedade. Os autores preveem que as grandes mudanças culturais que estão ocorrendo, as quais são associadas a um processo de mudança intergeracional promovido por níveis crescentes de segurança existencial, tem implicações na mudança política das próximas décadas e produzirá apoio e demanda crescente por democracia.

Para Herrera (2012), a juventude desse início de milênio é indubitavelmente capaz de inovar nas esferas culturais e intelectuais, como mostra a explosão de ideias e conteúdo criativo online. Herrera (2012) cita que a literatura das gerações, desde o final da década de 1990, liga diretamente às tecnologias da informação e da comunicação os estudos dessa geração, numa afirmação de quanto mudanças geracionais e tecnológicas são percebidas como intimamente ligadas em nosso tempo. A autora afirma que teóricos da área compartilham o entendimento de que a geração nascida no final dos anos 1970 carrega padrões de sociabilidade, cognição e valores distintos das gerações da era pré-digital.

Jovens que têm hoje cerca de 20 anos constituem uma geração de nativos digitais – a internet se popularizou na década de 1990, e a internet 2.0 surgiu nos primeiros anos deste século. Eles são ainda a população que mais acessa a internet. Nos Estados Unidos, dados do United States Census Bureau (2013) indicam que, entre os jovens americanos de 18 a 34 anos, 82% tinham acesso à internet em casa. No Brasil, a Pnad Domicílios (2013), do IBGE, identificou que os jovens entre 15 e 19 anos são os que mais acessam: 74,1% dos que estão entre os 15 e os 17 anos. Eles são seguidos pelos que estão entre 18 e 19 anos, 71,8%, e pelo grupo de 20 a 24, no qual 66,4% dos indivíduos acessa a internet.

A cultura da sociedade em rede

A dimensão cultural do processo de transformação multidimensional da comunicação nessa nova sociedade, propõe Castells (2009), pode ser apreendida na intersecção entre duas tendências: o desenvolvimento paralelo de uma cultura global – a globalização – e identidades culturais múltiplas – a identificação – e o aparecimento simultâneo do individualismo e do comunitarismo.

Nessa intersecção, formam-se quatro padrões culturais. O consumo de marcas é o processo pelo qual os indivíduos definem significado ao seu consumo. O cosmopolitismo é a expressão da

consciência de um destino comum no planeta, seja ele em termos de meio ambiente, direitos humanos, princípios morais, interdependência econômica global ou segurança geopolítica, apoiada por atores sociais que se veem como cidadãos do mundo.

Há ainda o individualismo em rede, pelo qual os indivíduos expandem sua sociabilidade usando as redes de comunicação digital para construir seus próprios mundos culturais conforme suas preferências e projetos e os modificando de acordo com a evolução de seus interesses pessoais e valores; e o multiculturalismo, o reconhecimento de identidades múltiplas em um mundo constituído pela diversidade de comunidades culturais.

As tecnologias da informação e da comunicação são os principais vetores dos padrões culturais da sociedade em rede. O desenvolvimento dessa tecnologia levou a uma revolução global em todo o sistema de mídia e nos processos de comunicação de massa.

As novas mídias

A evolução das mídias de massa, a difusão da internet, da comunicação sem fio e de uma variedade de ferramentas de *softwares* sociais geraram o desenvolvimento de redes horizontais de comunicação interativa que conectam o global ao local e vice-versa, produzindo a glocalidade, no conceito de Meyrowitz (2005). Ferramentas de organização voluntária dos usuários da internet em redes sociais, as chamadas mídias sociais, como Orkut e Facebook, e de autoexpressão, como blogs, fotoblogs e videologs, conectam indivíduos de todos os continentes. Com essa convergência, o poder de comunicação e de processamento da informação da internet distribui-se pela realidade da vida social. As pessoas se apropriam dessas novas formas de comunicação e constroem seus próprios sistemas de comunicação de massa e autoexpressão.

Autocomunicação de massa é o conceito proposto por Castells (2009) para esse novo tipo de comunicação. A comunicação de massa – impressos, rádio e televisão – foi predominantemente unidirecional, e essa nova forma de comunicação é interativa, com capacidade de envio de mensagens de muitos para muitos, em tempo real. Ela é comunicação de massa porque potencializa o alcance de uma audiência global e é ainda autocomunicação porque a produção da mensagem é autogerada, a definição do potencial de recepção é autodirecionada e a recuperação de mensagens específicas ou de conteúdo da internet e das redes de comunicação eletrônica é autosselecionada. As três formas de comunicação – interpessoal, de massa e autocomunicação de massa – não se substituem, elas coexistem, interagem e se complementam.

O que é novo historicamente com consequências consideráveis para a organização e a mudança sociais é a articulação de todas as formas de comunicação em um hipertexto digital, composto e interativo que inclui, mistura e recombina em sua diversidade a totalidade das expressões

culturais da interação humana. Castells (2009) afirma que essa nova realidade comunicativa é composta por emissores globalmente distribuídos conectados por redes de computadores.

Baseada na internet e nas redes sem cabo, essa comunicação é horizontal, interativa e de larga escala e sua morfologia define a forma de mobilização e de mudança social na sociedade em rede. A autocomunicação de massa é ferramenta fundamental de resistência e contrapoder, é decisiva para a mobilização, a organização, a deliberação, a coordenação e a decisão dos movimentos sociais do Século XXI.

Juventude e ação política

O movimento Occupy Wall Street invadiu as cidades americanas em setembro de 2011. Indignados com as consequências da crise econômica iniciada em 2008, com o poder e a influência das corporações, com o abandono de promessas de campanha eleitoral por Barack Obama, inspirados pelo movimento egípcio e chamados às ruas por redes de ativistas que se organizavam há meses pelas redes digitais, cerca de mil pessoas foram para Wall Street e ocuparam o parque Zuccotti, em Nova Iorque, em 17 de setembro. A repressão policial, documentada e publicada nas diversas plataformas da internet, gerou solidariedade, alimentou e propagou os protestos por todo o país que se estenderam pelo mês de outubro. O movimento continua vivo nas redes digitais.

No Brasil, uma série de protestos explodiu em junho de 2013, depois de meses de manifestações em diversas capitais, como Porto Alegre e São Paulo, contra o aumento das tarifas do transporte público, organizadas pelas redes sociais, especialmente pelo Facebook. A repressão violenta da polícia de São Paulo na noite de 13 de junho foi documentada e publicada pelos manifestantes na internet e gerou indignação nacional e apoio de cidadãos de todo o país aos protestos estudantis. Milhões de pessoas juntaram-se a eles e foram para as ruas manifestar apoio a diversas causas em centenas de cidades. A mobilização continuou pelo mês de julho, e manifestações esporádicas continuam ocorrendo pelo país, organizadas por diversos grupos sociais.

Esses movimentos em rede, protagonizados pelos jovens, são exemplos do uso da autocomunicação de massa pra fins políticos. As mídias sociais, como Twitter e MySpace, e as plataformas que facilitam a interação, como sites com possibilidade de comentários, tornaram-se canais de informação política e a principal arena pública de expressão, troca de ideias políticas e mobilização, conforme Kahne, Middaugh e Allen (2012). Ao oferecer ferramentas para essas ações, as novas mídias criam novas possibilidades para o engajamento cívico e a política participativa.

Para estudar práticas de engajamento cívico e de participação pública com o uso dessas ferramentas, focar na juventude é uma escolha estratégica. Os jovens são os primeiros a adotar as novidades tecnológicas e as usam massivamente, estão geralmente envolvidos em atividades de

cultura participativa *online* e são os primeiros a aplicar suas expectativas e práticas na realidade política, dizem Kahne, Middaugh e Allen (2012).

A corrente geracional das teorias sociológicas da juventude adota uma noção de juventude como fase da vida e põe ênfase em seu aspecto unitário, mesmo reconhecendo que há diferentes perspectivas de vida entre jovens de uma mesma geração, explica Pais (1990). Essa corrente discute a continuidade e a descontinuidade dos valores intergeracionais, a renovação e a continuidade da sociedade dependendo da relação entre as gerações.

O grupo da juventude, nesse paradigma analítico, é composto por indivíduos cujas idades se concentram dentro de um intervalo relativamente estreito; portadores de sentimentos comuns de se encontrarem coletivamente em presença de certos grupos distintos do seu pela idade; e que têm sentimentos de que existem diferenças etárias e, não menos significativas, diferenças nas referências sociais e culturais, como informação, valores, interesses, projetos etc.

É necessário ainda reconhecer os contextos de vivência dos jovens porque é no curso de suas interações cotidianas que constroem formas específicas de consciência, de pensamento, de percepção e de ação. Um enfoque histórico, de estrutura social, também baliza o que é juventude, além do recorte das gerações por estado-nação, porque elas têm características nacionais.

A interação com as novas mídias e ferramentas de comunicação faz os jovens pelo globo desenvolverem comportamentos e atitudes comuns, diz Herrera (2012). A geração nascida no final dos anos 1970 carrega padrões de sociabilidade, cognição e valores distintos das gerações da era pré-digital. Eles são mais horizontais, interativos, participativos, abertos, colaborativos e mutualmente influentes, com tendência a orientações coletivistas. Se eles forem capazes de acessar e explorar os recursos, inovar política e culturalmente e cultivar lideranças estratégicas, podemos começar a falar em uma geração global, afirma a autora.

Conforme os estudos da socialização política de Niemi e Hepburn (1995), o período entre 14 e 25 anos são os de mais rápido aprendizado de capacidades e atitudes políticas adultas. Grupos de amigos, mídia e eventos são agências proeminentes na socialização política dos jovens, e, entre outras questões, elas proporcionam o aumento do potencial de mudança nas atitudes políticas de uma geração para a outra. O que pode ser socialização inadequada para a manutenção das estruturas políticas existentes, destaca Easton (1968), pode ser altamente apropriada para trazer novas estruturas baseadas em novos ideais e novos tipos de acomodação política no sistema.

As mudanças de valores de geração para geração refletem mudanças históricas nas condições existenciais de uma sociedade, elas ocorrem nas sociedades onde as gerações mais jovens vivenciam condições de formação diferentes das vividas pelas mais velhas, destacam Inglehart e Welzel (2009). Em nossos anos de formação, não absorvemos todos os valores que nos passam, e temos maior

probabilidade de adotar aqueles valores coerentes com nossa própria experiência nos anos de nossa formação.

Na atualidade, há um contraste intrigante na disposição política da juventude. Quando são considerados os padrões tradicionais, os níveis de comprometimento, capacidade e atividade cívicos e políticos dos jovens são baixos e declinantes em todos os grupos demográficos. Ao mesmo tempo, eles são altamente engajados com as novas mídias, que são envolventes e alinhadas com formas de vida cívica e política, dizem Kahne, Middaugh e Allen (2012). Isso quer dizer que eles estão investindo e inovando em novas formas de participação, as *online*, as quais facilitam sua inclusão nas atividades políticas tradicionais, mas são diferentes das concebidas pelas gerações anteriores.

Há, assim, a decadência de um paradigma tradicional de engajamento cívico com novas orientações cívicas sendo encontradas entre os jovens de diferentes países. Essa tendência inclui o aparecimento de causas políticas baseadas em preocupações com estilos de vida, como comportamentos de consumo e a emergência de redes de protestos locais e globais.

Seu novo engajamento cívico, para Kahne, Middaugh e Allen (2012), é o de uma cidadania efetivada: parte da valorização de se ter a voz como membro de um grupo e observar as autoridades públicas – líderes de opinião, oficiais e jornalistas – em direção a um engajamento pessoal mais amplo, com redes de pares que reúnem informações e organizam a ação cívica usando tecnologias de comunicação social que maximizam a expressão individual.

Da mesma forma, a política participativa passou a ser composta por atos baseados em interação de grupos de pares por meio dos quais indivíduos e grupos buscam exercer voz e influência nas questões de interesse público. São exemplos desses atos, exemplificam Cohen e Kahne (2012), iniciar um grupo político *online*, escrever e disseminar um comentário sobre política em um blog ou compartilhar um vídeo com conteúdo político. Consumir informação política não é um ato de política participativa, mas circular informação política ou compartilhar a perspectiva pessoal sobre um fato é uma atividade participativa.

A política participativa, no contexto atual, estende-se para além do processo eleitoral, que domina as discussões na ciência política, e inclui diversos tipos de esforços de indivíduos e grupos para influenciar os temas de interesse público. Além dos processos eleitorais, o ativismo (protestos, boicotes, petições), as atividades cívicas (caridade e serviços comunitários) e as políticas de estilo de vida (vegetarianismo, ações pelos direitos dos animais) constituem práticas de política participativa.

O esforço de compreensão de se e como as novas mídias estão transformando a natureza da vida política exige uma ampliação do foco tradicional de instituições e práticas. Habermas (1999) criou o conceito de esfera pública antes do advento dessas tecnologias. Para ele, esfera pública é um domínio da vida social, acessível a todos os cidadãos e, em princípio, no qual a opinião pública pode ser formada. Uma parte da esfera pública é constituída em conversações em que pessoas privadas se

reúnem para formar um público. Cidadãos agem como público quando negociam questões de interesse geral sem coerção, com a garantia de que se reúnem e expressam opiniões livremente. Quando o público é grande, esse tipo de comunicação exige recursos para disseminação e influência. O autor cita periódicos, jornais, rádio e televisão como meios da esfera pública.

Para Canclini (2001), no entanto, a esfera pública não se esgota mais no campo das interações políticas ou no âmbito nacional. O público não abrange somente as atividades estatais ou diretamente ligadas a atores políticos, mas também o conjunto dos atores – nacionais e internacionais – capazes de influir na organização do sentido coletivo e nas bases culturais e políticas da ação dos cidadãos. Castells (2012) propõe, assim, que há um novo espaço público, uma nova esfera pública, como evolução dos termos habermasianos: um espaço híbrido, digital e urbano.

Nesse contexto, surge o conceito de *civic media* (mídia cívica), que é “qualquer uso de qualquer tecnologia com o propósito de ampliar o engajamento cívico e a participação pública, possibilitando a troca de informação significativa, promovendo a conectividade social, construindo perspectivas críticas, garantindo transparência e *accountability* ou fortalecendo a ação cidadã”. (JENKINS, 2013, informação verbal, tradução minha)¹

O conceito, de Henry Jenkins, foi adotado pelo Center for Civic Media do Massachusetts Institute of Technology (MIT), o qual informa em seu site² que o termo se refere a qualquer forma de comunicação que fortalece os vínculos sociais em uma comunidade ou cria um forte senso de engajamento cívico entre seus integrantes. Mídia cívica vai além de reunir informações e reportar. Há uma variedade de novas técnicas de mídia cívica, das tecnologias para protestos e desobediência civil a sistemas de envio de mensagens por celular que permitem atividades cotidianas instantâneas e mais sofisticadas. O conceito de mídia cívica serve perfeitamente como ideal típico, como veremos adiante.

Problema de pesquisa

Nesse contexto, como jovens de países de diferentes culturas usam as ferramentas de autocomunicação de massa com o fim de engajamento cívico e participação pública? Ao iniciar o problema de pesquisa com o advérbio de interrogação “como”, demonstro a preocupação em compreender o encadeamento de ações em que o processo que estudo se desenvolve, a ação social de jovens por meio da internet, e suas causas. Para Max Weber, a sociologia é “uma ciência que pretende compreender interpretativamente a ação social e assim explicá-la causalmente em seu curso e em seus efeitos.” (WEBER, 2000, v. 1, p. 3)

¹ Conceito obtido no programa da disciplina COMM 620 – Special Topics: Civic Media and Participatory Politics, ministrada por Henry Jenkins na Annenberg School for Communication and Journalism da University of Southern California, na primavera de 2013.

² O site do MIT Center for Civic Media pode ser visitado no endereço eletrônico <http://civic.mit.edu>.

Considero ainda que o conceito de ação comunicativa de Habermas (1998) pressupõe, então, a linguagem como um meio de entendimento em que falantes e ouvintes se referem, desde o horizonte que seu mundo representa, simultaneamente a algo no mundo objetivo, no mundo social e no mundo subjetivo, para negociar definições da situação que possam ser compartilhadas por todos. Forma-se a interação, “[...] el entendimiento lingüístico es sólo el mecanismo de coordinación de la acción, que ajusta los planes de acción y las actividades teleológicas de los participantes para que puedan constituir una interacción.” (HABERMAS, 1998, p. 138)

Busquei neste estudo, assim, a compreensão interpretativa da ação social e sua explicação causal em seu curso e em seus efeitos, nos termos de Weber (2000), considerando que: 1) os indivíduos, os agentes, são jovens brasileiros e americanos; 2) o tipo ideal é o conceito de mídia cívica; 3) a ação social é a ação comunicativa, a interação, por meio da internet; 4) o curso da ação é o uso que eles fazem de ferramentas de autocomunicação de massa empregando as categorias analíticas extraídas do tipo ideal; e 5) o sentido, o fim racional da ação, seria seu uso com propósito de engajamento cívico e participação pública.

Adotei o tipo ideal, o conceito de mídia cívica, considerando-o ação ideal típica com fim racional de engajamento cívico e participação pública. Ele define uma ação, qualquer uso de qualquer tecnologia, como social e racional ao propor seu encadeamento – a troca de informação significativa, a promoção da conectividade social, a construção de perspectivas críticas, a garantia de transparência e *accountability* ou fortalecendo a ação do cidadão – com o sentido de ampliação do engajamento cívico e da participação pública.

Metodologia

O objeto desta pesquisa são indivíduos da faixa etária dos 14 aos 25 anos, conforme recomendam os estudos da socialização política; brasileiros e americanos; usuários de ferramentas de autocomunicação de massa, mais especificamente, blogs; que publicaram conteúdos sobre os protestos no Brasil em 2013 e sobre o movimento Occupy Wall Street em 2011.

Escolhi os blogs entre as ferramentas de comunicação de massa por três fatores principais. O primeiro é o fato de que se ter um blog por si só configura participação pública. Em segundo lugar, blogs são plataformas múltiplas que permitem todos os formatos de comunicação – escrita e audiovisual – e interatividade. Por fim, blogs são públicos, notas postadas e comentários de outras pessoas estão abertos ao público, o que reduz as questões éticas e de privacidade envolvidas³.

³ Redes sociais como o Facebook, a mais popular do mundo, geram problemas éticos para pesquisas de análise de conteúdo publicado em ambientes *online*. Como se tratam de redes sociais de característica privada – as relações entre os usuários dependem de consentimento – é necessário solicitar autorização de pesquisa ao usuário e, teoricamente, a todos os seus amigos, todos aqueles que terão suas mensagens expostas ao pesquisador.

Selecionei blogs da rede de blogs Tumblr⁴. Além de ser popular entre os jovens, o Tumblr funciona em rede, o que amplia as possibilidades de interatividade dos blogueiros. Analisei artigos dos arquivos de junho e julho de 2013 publicados por dez blogueiros brasileiros, com idades entre 16 e 22 anos, quatro do gênero feminino e seis do masculino, com um total de 168 artigos publicados sobre os protestos no país; e de setembro e outubro de 2011 publicados por dez americanos com idades entre 16 e 23 anos, oito do gênero feminino e dois do masculino, com um total de 195 artigos publicados sobre o movimento Occupy Wall Street.⁵

Após a realização de uma análise de conteúdo para compreender a ação de cada um dos dois grupos, passei à pesquisa comparativa, finalizando com a análise das configurações de condições causais entre os dois casos.

A tipologia da ação

Com a compreensão das ações sociais e sua comparação, cheguei a um encadeamento comum da ação comunicativa dos blogueiros brasileiros e americanos analisados, realizada por meio das ferramentas de autocomunicação de massa com fim de engajamento cívico e participação pública nos protestos no Brasil e no movimento Occupy Wall Street nos Estados Unidos. O encadeamento significativo da ação deles permite ainda a elaboração de uma tipologia. Com a publicação de conteúdos em seus blogs, esses jovens agem por meio de nove elos de encadeamento de suas ações, sendo os cinco do tipo ideal:

1) Construção de perspectivas críticas: criticam o sistema social como um todo, criticam seus Estados e afirmam a necessidade de mudança, mas não deixam de questionar o movimento, seus métodos, intenções e possibilidades de resultados;

2) Fortalecimento da ação cidadã: dimensão mais frequente nos dois projetos, é marcada pelo destaque ao protagonismo popular, pela importância da mobilização popular, pela promoção da necessidade de mudança, por reivindicações de diferentes decisões por governos e Estados e pela defesa da desobediência civil;

⁴ O endereço eletrônico do Tumblr é www.tumblr.com.

⁵ A realização da análise do conteúdo publicado nos blogs do Tumblr não exige autorização do usuário, conforme divulga o próprio site na sua política de privacidade: “User Content: By default, all sharing through the Services is public, and when you provide us with content it is published so that anyone can view it. Although we do provide tools, like password-protected blogs, that let you publish content privately, you should assume that anything you publish is publicly accessible unless you have explicitly selected otherwise. Content published and shared publicly is accessible to everyone, including search engines, and you may lose any privacy rights you might have regarding that content. In addition, information shared publicly may be copied and shared throughout the Internet, including through features native to the Services, such as “Reblogging.” While you are free to remove published pieces of content from or delete your Account, because of the nature of Internet sharing, the strong possibility of Reblogging of your content by others, and technological limitations inherent to the Services, copies of that content may exist elsewhere and be retained indefinitely, including in our systems.” Essa informação está disponível em: <http://www.tumblr.com/policy/en/privacy>. No entanto, a utilização de citações ao longo do texto, o que não faço aqui, exigiria autorização de seus autores.

3) Garantia de transparência e *accountability*: exigem mais transparência do Estado e dos agentes públicos, denunciam a corrupção, exigem melhores políticas públicas, registram e denunciam a violência das instituições estatais, especialmente, das polícias, e querem políticas de acordo com os interesses e necessidades do povo;

4) Promoção da conectividade social: divulgam o movimento e chamam os outros e o outro para a mobilização coletiva; promovem com veemência a conectividade entre gerações e estimulam a criação e ampliação de redes sociais digitais; e

5) Troca de informação significativa: divulgam agendas de mobilizações, dicas de ação e trocam informações políticas, como o que saiu na grande mídia e como denunciar abusos policiais.

Outros quatro elos aparecem na realidade de suas ações:

6) Cute Cats⁶: humor, principalmente, refere os movimentos, aparecendo em cartuns, fotografias e até citação de conteúdo da grande mídia;

7) Deslegitimação das instituições: a desconfiança nos políticos é recorrente;

8) Incitação à violência: em alguns momentos, afirmam a necessidade de uma ação revolucionária violenta; e

9) Sentimento de orgulho do movimento: o entusiasmo e sentimento de pertencimento de um povo que vai à luta é presente.

As causas da ação

Utilizei os padrões culturais da sociedade em rede para estabelecer as conexões causais e compreender o sentido da ação dos jovens estudados. O padrão cultural individualismo em rede está presente em todas as ações porque o fato de esses jovens terem compartilhado conteúdo sobre o movimento social por meio de uma ferramenta de autocomunicação de massa caracteriza a presença dele entre seus valores e atitudes. Esse padrão encontra sua melhor forma de expressão na autocomunicação de massa, um sistema de comunicação caracterizado por autonomia, redes horizontais, interatividade e recombinação de conteúdo pela iniciativa do indivíduo e suas redes digitais, representada neste estudo por blogs.

O padrão consumo de marcas não foi encontrado em sequer um artigo de todos os analisados. Fica clara a separação que esses jovens fazem dos significados de seu consumo individual e dos temas de interesse público que devem estar incluídos nas agendas de movimentos em rede, como os dos quais participaram.

⁶ A estratégia Cute Cats refere-se à teoria de Zuckerman (2012), o qual defende que a publicação de conteúdo cotidiano, como fotos de bebês e de animais de estimação, por pessoas inexperientes produz uso massivo da internet e dificuldades para seu controle por governos repressivos, por exemplo.

O multiculturalismo foi encontrado em todas as dimensões da pesquisa. Não é difícil compreender sua presença. Os protestos no Brasil e o movimento Occupy Wall Street, assim como outros movimentos sociais em rede que explodiram recentemente pelo mundo, têm como gatilhos insatisfações com conjunturas nacionais. De fato, esses movimentos começam nas redes digitais e invadem o local, como a Avenida Paulista, de São Paulo, e a Wall Street, de Nova Iorque. A repressão dos protestos pelas polícias, forças institucionais também locais, no máximo regionais, gera indignação nacional e leva milhões de pessoas aos espaços públicos urbanos por todo o país. Nesse processo, surgem as críticas aos Estados, as reivindicações de políticas públicas, de transparência das instituições nacionais e a apropriação dos símbolos nacionais, por exemplo. Até a estratégia Cute Cats costuma carregar conteúdo cultural de humor específico.

No entanto, também surgem nesse processo reivindicações de características cosmopolitas, como críticas ao sistema capitalista global, a necessidade de mudança social para todos, a afirmação da necessidade de uma revolução, o destaque ao protagonismo popular, reivindicações de direitos humanos e a promoção da conectividade de uma humanidade que compartilha a indignação, independente de nacionalidades.

Assim, cheguei à identificação das condições causais da ação. A ação comunicativa dos blogueiros brasileiros e dos blogueiros americanos analisados expressa o conjunto de valores individualismo em rede, cosmopolitismo e multiculturalismo.

Conclusão

Pode-se considerar que os jovens pesquisados praticaram ação social porque é inerente à ação comunicativa por meio das redes digitais a consideração do comportamento dos outros – os amigos, os seguidores, os demais blogueiros –, no que se refere ao sentido visado por cada agente. O participante de uma rede desse tipo interage e espera interação: quanto mais compartilhadas, curtidas ou comentários, maior é o sucesso de sua ação.

De fato, há regularidades de conduta nessas ações comunicativas, realizadas por meio de códigos linguísticos que refletem as relações desses jovens com seus mundos objetivo, social e subjetivo. Elas têm caráter coletivo porque múltiplos indivíduos agem significativamente de maneira parecida, elas constituem uma relação social genuína, na qual os agentes se orientam reciprocamente em conformidade com um conteúdo específico do próprio sentido das suas ações.

Isso fica claro quando se verifica a quantidade de notas nos artigos publicados. As notas, na rede de blogs Tumblr, referem-se a reblogadas, curtidas e comentários, inclusive com interface com outras plataformas, como Twitter e Facebook, indicando o potencial de interatividade de cada publicação. A frequência de notas registradas nos artigos de brasileiros e americanos foi de apenas uma a até centenas de milhares.

Dos 168 artigos publicados pelos brasileiros, 97 tinham notas, e o artigo que produziu maior interatividade tinha 229.812 notas. Entre os americanos, dos 194 artigos publicados, 127 tinham notas, e o artigo que produziu maior interatividade tinha 233.367 notas. A interatividade aqui indica uma relação social específica dos meios digitais, massiva e de potencial exponencial.

O sentido, o fim da ação, desses jovens se manifesta nas ações concretas de publicação de conteúdo e é marcado profundamente por racionalidade. Há pouco conteúdo de expressão de ações afetivas, voltando aos termos weberianos, mesmo entre as ações não previstas como ideais. As poucas entre elas, encontradas na realidade, são marcadas por sentimentos de entusiasmo, desconfiança e violência.

Seus atos não são isolados, de fato, apresentam a sequência de elos significativos que vimos acima. Os nexos entre esses elos constituem o processo de ação deles como uma unidade, o meio para alcançar o fim de engajamento cívico e participação pública. E mais: o objetivo deles é o de engajamento cívico e de participação pública nos movimentos sociais em rede de seus países, movimentos de esfera pública híbrida – digital e com ocupação do espaço público urbano. Sua ação começa com a publicação do conteúdo em seus blogs, mas entra em um círculo virtuoso de ação: do digital para as ruas e das ruas novamente para o digital, ampliando engajamento e participação e alimentando ações e relações sociais neles.

Assim, cheguei à identificação de condições causais, elos e sentido da ação – causas, curso e fins. A ação comunicativa dos blogueiros brasileiros e dos blogueiros americanos analisados, agindo na especificidade dos movimentos sociais em rede de seus países, e que tem como atitudes a tipologia apresentada anteriormente, é a expressão do conjunto de valores individualismo em rede, cosmopolitismo e multiculturalismo com o objetivo de ampliar o engajamento cívico e a participação pública nos movimentos sociais em rede dos quais fizeram parte.

O novo paradigma de engajamento cívico para esses jovens, emergente na nova esfera pública híbrida, é o da cidadania efetivada proposta por Bennett, Wells e Freelon (2011): a que parte da valorização de se ter a voz como membro de um grupo e observar temas e autoridades públicas. Eles têm as redes de pares que reúnem informações e organizam a ação cívica usando as tecnologias de comunicação e maximizando a expressão individual, iniciando o processo com o compartilhamento de conteúdo.

Dessa maneira também se caracteriza sua política participativa. Eles agem baseados na interação com grupos de outros jovens, manifestando-se sobre as questões de interesse público. Em seus blogs, promovem a interação política com outros jovens, escrevem e compartilham comentários, reblogam vídeos e imagens. A circulação da informação política é alta, como podemos ver no volume de notas que expressa essa interatividade.

No entanto, comunicar-se, mobilizar-se, engajar-se e participar nas redes digitais e mesmo em movimentos sociais em rede, digitais e urbanos, ainda é diferente de ter voz, influenciar e, mais distante ainda, de promover a mudança social. A mudança social depende da mudança de valores e atitudes, mas também da adaptação das instituições à cultura nova que se forma. Os jovens protagonistas dos novos movimentos sociais têm em suas mãos e mentes as ferramentas e valores culturais para promoverem a mudança na sociedade em rede – mudança ainda incógnita.

Referências

- ALMOND, Gabriel; VERBA, Sidney. *The Civic Culture: political attitudes and democracy in five nations*. SAGE, 1989. BAUMAN, Zygmunt; MAY, Tim. *Aprendendo a pensar com a sociologia*. Tradução Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- BRASIL. IBGE. Pnad 2011: acesso à internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. Rio de Janeiro, 2013.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 1 v.
- _____. *Communication Power*. New York: Oxford University Press, 2009.
- _____. *Networks of Outrage and Hope: social movements in the internet age*. Cambridge: Polity Press, 2012.
- COHEN, Cathy; KAHNE, Joseph. *Participatory Politics: new media and youth political action*. MacArthur Foundation, 2012.
- EASTON, David. “The Theoretical Relevance of Political Socialization”. *Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique*. v. 1, n. 2, p. 125-146, June 1968.
- HABERMAS, Jürgen. *The Public Sphere*. In MARRIS, Paul; THORNHAM, Sue (Eds.). *Media Studies: a reader*. 2. ed. New York: New York University Press, 1999. p. 92-97.
- _____. *Teoría de la Acción Comunicativa, I: racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid: Taurus, 1998.
- HERRERA, Linda. “Youth and Citizenship in the Digital Age: a view from Egypt”. *Harvard Educational Review*. n. 82 (3), p. 333-352, 2012.
- INGLEHART, Ronald; WELZEL, Christian. *Modernização, Mudança Cultural e Democracia: a sequência do desenvolvimento humano*. Tradução Hilda Maria Lemos Pantoja Coelho. São Paulo: Francis, 2009.
- KAHNE, Joseph; MIDDAGH, Ellen; ALLEN, Danielle. “Youth, New Media, and Participatory Politics”. In: ALLEN, Danielle (Ed.). *Youth, New Media, and Citizenship*. 2012. No prelo.
- MEYROWITZ, Joshua. “The Rise of Glocality: new senses of place and identity in the global village”. In: NYÍRI, Kristóf (Ed.). *A Sense of Place: the global and the local in mobile communication*. Vienna: Passagen Verlag, 2005.
- NIEMI, Richard; HEPBURN, Mary “A. The rebirth of political socialization”. *Perspectives on Political Science*. v. 24, issue 1, winter 1995.
- PAIS, José Machado. “A construção sociológica da juventude: alguns contributos”. *Análise Social*. v. XXV, 1990.
- UNITED STATES OF AMÉRICA. U.S. Census Bureau. *Computer and Internet Use in the United States: population characteristics*. May, 2013. Disponível em: <http://www.census.gov/prod/2013pubs/p20-569.pdf>. Acesso em: 22 out 2013.
- WEBER, Max. *Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. 4 ed. Brasília: Editora da UnB, 2000-2009. 1 v.