

AS POTENCIALIDADES DA COMUNICAÇÃO ONLINE NA CONSTRUÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO EUROPEU.

Limites a um ciberoptimismo excessivo.¹

FILIPA RENDO

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA

Resumo

A legitimidade democrática da União Europeia, enquanto projecto que não pretende resumir-se a político e económico, tem sido alvo de críticas. Por um lado, são reconhecidos os esforços pouco consensuais e eficazes em criar uma identidade e cidadania europeias que ultrapassem a simples atribuição de direitos e deveres políticos aos cidadãos. Por outro, é de todos conhecida a dificuldade em estabelecer-se, à escala europeia, uma verdadeira participação política da sociedade civil. Apesar dos esforços encetados, os *media* tradicionais ficaram muito aquém das expectativas de Bruxelas na conquista destas metas. Goraram as tentativas para fundar publicações pan-europeias e os abundantes órgãos de informação, ligados aos Estados-membros, apostam numa abordagem jornalística fortemente nacionalista. Também os projectos Arte e Euronews deixam claras as dificuldades inerentes a um serviço televisivo transnacional. Com a proliferação de novos *media* e a propagação de *sites* e blogues sobre o espaço comunitário, muito têm sido questionadas as potencialidades do digital para colmatar as lacunas deixadas pelos *media* tradicionais na formação da tão desejada identidade europeia, suportada e actualizada num espaço público europeu que tarda em chegar.

Palavras-chave

Espaço público; Cidadania; Participação Política; internet; Jornais; Identidade; União Europeia

Considerações iniciais

É sobejamente conhecida e, por muitos apoiada, a tese de Jürgen Habermas que defende a existência de um espaço público europeu como solução para pôr termo ao

1. Artigo desenvolvido no âmbito do doutoramento em Ciências da Comunicação, em curso na FCSH-UNL.

deficit democrático que abala a União Europeia. Na base de sustentação dessa esfera pública estaria um discurso crítico e racional, fruto de uma participação cívica motivada por uma identificação/vontade política do cidadão. A este propósito, refere Habermas, entre outros, a propagação de uma identidade pós-nacional aliada a um processo de desterritorialização e desvinculação do Estado-membro, assente numa consciência europeia comum² (Habermas, 1997: 291.). Também Jean-Marc Ferry considera que tal pressupõe “uma certa dissociação entre o quadro de pertença cultural e o quadro de referência jurídica” (Ferry, 2004: 96); ou seja, o exercício de cidadania perde a sua conotação vestefaliana, baseada na relação emocional do indivíduo com a sua nacionalidade ou território, por exemplo, para se fundar numa empatia política do cidadão com princípios e valores da sociedade civil.

Apesar de potencialmente identificado o problema, bem como a sua possível solução, o compasso de espera da União Europeia parece estar claramente longe de ficar resolvido. São, na verdade, inúmeros os obstáculos que se opõem à concretização de um espaço público que se quer transnacional. São disso exemplificativos a proliferação de esferas públicas nacionais (regionais e até locais) que estão, na maioria das vezes, estreitamente correlacionadas com a existência de identidades nacionais (regionais e até locais), o desinteresse e desconhecimento político dos cidadãos, e a preponderância de órgãos de comunicação que veiculam informação com forte pendor nacional, para audiências essencialmente nacionais.

Prevalece, desde logo, o inegável peso dos Estados-membros enquanto nações na organização da vida social, cultural e política, ou seja, a “esfera pública está historicamente relacionada com o conceito de soberania popular, em que os cidadãos de um Estado partilham algumas características socioculturais básicas” (Eriksen, 2005: 342). É, precisamente, neste ponto que as limitações ao estabelecimento de um espaço público europeu se entrelaçam com as dificuldades em se definir e efectivar uma identidade comum a todos os europeus. De facto, um dos seus principais constrangimentos é a ausência de uma identidade comum, partilhada por uma Europa de fronteiras em crescimento – actualmente, pelos quase 500 milhões de cidadãos dos 27 Estados-membros³.

Apesar de autores, como Craig Calhoun, defenderem que o espaço público mais

2. Esta ideia é explorada em mais profundidade por Habermas sob o signo do patriotismo constitucional (Habermas, 1997: 289).

3. Sucessivos resultados do Eurobarómetro provaram que os europeus se identificam, primeiramente, com a sua nação e só posteriormente com o projecto europeu.

não é do que “uma metáfora espacial para um fenómeno amplamente não espacial” (Calhoun, 2004: 1), a verdade é que a incapacidade dos vários espaços públicos nacionais se fundirem ou mesclarem numa esfera mais lata – transnacional – sob a égide da União Europeia, tem demonstrado o contrário.

Do ponto de vista da comunicação, a abolição da rigidez das fronteiras estaduais também tem sido uma aposta das instituições comunitárias. A implementação de diversos programas europeus, como a Televisão sem Fronteiras, revelou que os resultados são pouco expressivos no que toca ao estabelecimento de um panorama televisivo transnacional. Similarmente, o lançamento de revistas ou jornais⁴ com pretensões além-fronteiras não colheu melhores frutos – refira-se, a este propósito, o *L’Européen* e a sua falência. O sonho fracassado de criar um jornal pan-europeu, por exemplo, demonstra, porém, que atenuar a inegável distância entre cidadãos e política através da acção de *media* independentes com capacidade de difusão à escala europeia está deveras longe de ser uma realidade. Mais: os meios de comunicação proliferam no território europeu, mas estão inevitavelmente associados a um Estado-membro, a um público nacional e à língua oficial. Daí que a matéria comunitária seja vista e abordada como política internacional, sujeita a um tratamento jornalístico fortemente nacionalista. Em consequência, acusa Peter Preston: “Não se consegue (...) comprar um jornal cuja área de referência é a própria Europa, cujas perspectivas e orientação não sejam filtradas por um prisma nacional limitado” (Preston, 2004: 1).

De um modo simplista, quase redutor, pode-se referir que os chamados *media* tradicionais gozam quase exclusivamente de públicos nacionais, porque assentam em pressupostos e quadros de referência sociais e culturais próprios dos Estados-nação, raramente conseguindo alcançar públicos estrangeiros⁵. No campo da amplitude de difusão e na captação do interesse dos europeus, os projectos televisivos – *Arte* ou *Euronews* – provaram ser igualmente insuficientes. Do mesmo modo, a dificuldade sentida pelo canal europeu *Euronews*, ao nível linguístico ou cognitivo, é exemplificativa dos entraves a ultrapassar para contrariar quadros de referência pré-estabelecidos e há muito enraizados na identidade colectiva do Estado-nação.

4. A este assunto, voltaremos mais tarde.

5. Mesmo com tecnologias, como o cabo ou o satélite, as audiências raramente extrapolam as nacionais e, quando o conseguem, limitam-se a abarcar comunidades emigrantes, países fronteiriços ou fisicamente muito próximos. A este propósito, o Eurobarómetro 189 sobre a comunicação e os cidadãos, publicado em 2006, revelou que apenas 37% dos inquiridos admite ver programas televisivos de outros países europeus (Comissão Europeia, 2006: 27).

Paralelamente, é esta ausência de adaptabilidade ou, quiçá, de solidariedade cultural que mitiga a constituição de um espaço público à escala europeia. De acordo com Eriksen, “Não existe acordo em relação aos interesses comuns; línguas diferentes e culturas nacionais distintas tornam improvável a formação de uma opinião e acção comuns” (Eriksen, 2005: 343).

Recentemente, depositaram-se esperanças nas novas tecnologias da comunicação e informação. Com a abundância de comunicação nascida do fenómeno da internet – estão activos, hoje em dia, um sem número de *sites*, fóruns e blogues –, este novo medium é perspectivado como uma solução para o deficit informativo deixado pelos meios de comunicação tradicionais. Muitas expectativas estão, portanto, geradas à volta das potencialidades desta tecnologia na formação do tão desejado espaço público europeu. De facto, a internet permite alcançar, no imediato, sem fronteiras, uma massa de cidadãos jamais ambicionada pelos jornais. Resta, portanto, saber se será a comunicação virtual a solução para os males que afectam a esfera europeia ou apenas mais uma tentativa bem-intencionada, mas, à partida, fracassada de construir, sob o domínio comunitário, uma Babel europeia.

Discussão

Diagnosticar as maleitas na relação entre cidadãos e media

Se os *media* – tradicionais ou não – são responsáveis pela formação de identidades e de espaços públicos, somos tentados a concluir imediatamente que a construção discursiva da Europa em muito carece de melhoramentos. Tendo em mente os chamados *media* tradicionais, parece-nos que estes têm fracassado na tentativa de aproximar as instituições comunitárias aos seus cidadãos. A este propósito, têm sido apontados o desinteresse e o desconhecimento dos europeus face aos assuntos relacionados com a União Europeia. Além disso, a fraca participação política e o aumento do eurocepticismo têm marcado os momentos eleitorais.

Há muito foi diagnosticada à União Europeia uma posição secundária e subalterna em matéria de confiança e empatia dos europeus com as instituições comunitárias. Estes continuam a identificar-se, primeiramente, com os Estados-membros de que são nacionais, assumindo com eles um maior envolvimento político. Assim, aliado a uma participação política frágil e decrescente no domínio comunitário, o chamado *deficit* democrático não soube ou não conseguiu, nas últimas décadas, tirar um pro-

veito efectivo das potencialidades dos *media* tradicionais para diluir-se e contrariar uma tendência que se agrava, por exemplo, a cada eleição.

Embora não possam ser atribuídas todas as culpas à acção (ou inacção) dos meios de comunicação, é inegável a influência que, por exemplo, a imprensa escrita tem na formação de consciências. Se atentarmos à esfera europeia, apuraremos que as publicações com conteúdos sobre a União se circunscrevem a dois tipos. Por um lado, os cidadãos europeus têm à sua disposição uma panóplia de jornais nacionais, onde subsiste essencialmente um tratamento nacionalista da informação, por serem vendidos quase em exclusivo para os respectivos públicos nacionais. A matéria comunitária é persistentemente encaixada na secção de política internacional, por vezes, vítima de alguma trivialização e sensacionalismo, para encobrir, quiçá, a sua complexidade e falta de atractividade. Por outro, estão acessíveis em quase todos os Estados-membros publicações, em menor número, naturalmente, que, visando um público supranacional, apresentam um conteúdo redactorial menos manchado pela abordagem nacional. Apostam, em regra, no inglês como língua franca. O *European Voice* ou o *Financial Times* são disso bons exemplos.

Face à reclamada ineficiência das actuais publicações – lembre-se que também elas têm, em geral, vivido momentos de crise devido a uma acentuada perda nas vendas – poder-se-ia colocar alguma esperança na criação de um jornal à escala europeia. Mas tal parece ainda mais propenso ao insucesso. No passado, foram encetadas algumas tentativas goradas – publicações que, embora associadas a um espaço físico concreto, procuraram apostar essencialmente em questões relacionadas com a União Europeia. Refira-se o *The European*, em 1990, no Reino Unido, ou o *L'Européen*, em França, em 1998. Nenhum deles foi bem-sucedido. O primeiro durou cerca de uma década, mas sem nunca atingir o seu objectivo comercial – angariar vendas significativas fora de terras de sua majestade. O Reino Unido era, na verdade, responsável pela absorção de mais de metade dos exemplares publicados. Já o tempo de vida do semanário *L'Européen* não foi além dos cinco meses. Não conseguiu conquistar um público próprio.

Sem atendermos às dificuldades inerentes à própria produção redactorial e estratégia comercial⁶, a criação de um jornal ou de uma revista pan-europeia depara, logo à partida, com um problema aparentemente sem resolução – a língua. Se produzir o mesmo jornal em diversas línguas afigura-se quase logisticamente inexequível,

6. É disso representativa a aplicação de diferentes regras e abordagens jornalísticas entre, por exemplo, o Norte e o Sul da Europa ou a venda de publicidade.

apostar numa língua única também não é solução. A este respeito, lembra acertadamente Donald Armour que “o leitor quer um jornal na sua própria língua à mesa do pequeno-almoço” (Armour, 1991: 16). Além disso, optar, por exemplo, pelo inglês ou pelo francês, funcionaria sempre como um factor restritivo. À semelhança das publicações de carácter mais transnacional, o público-alvo limitar-se-ia a uma minoria intelectual, inviabilizando o seu objectivo de atingir uma maior camada populacional e, por conseguinte, potenciar uma opinião pública à escala europeia.

Por último, afigura-se fundamental questionar a existência de um verdadeiro leitor europeu, que se identifique culturalmente como europeu e tenha, conseqüentemente, correspondentes interesses e preocupações. Esta questão é tanto mais fundamental quanto mais esmiuçarmos a necessidade e a pertinência de se criar um jornal pan-europeu. Se é verdade que os *media* “veiculam o conjunto de regras, atitudes, normas e valores dominantes da comunidade” (D’Haenens, 2005: 424), e, portanto, instrumentos preciosos na formação de identidades – neste caso, a europeia –, a eficiência da sua acção está e estará sempre condicionada pela procura e receptividade do leitor.

Somos, pois, tentados a concluir que a “instrumentalização” dos meios de comunicação, em particular, da televisão, não veio, na prática, encurtar consideravelmente a distância quase inultrapassável entre cidadãos e instituições comunitárias. A este respeito, Ruud Koopmans e Jessica Erbe fizeram um levantamento das insuficiências que afectam o panorama comunicacional na Europa, nomeadamente ao nível das fragilidades da relação entre os cidadãos europeus e as instituições comunitárias, e do papel que os *media* podem desempenhar neste processo. Em primeiro lugar, alertam para a ausência de relações de comunicação directa – “Actores, problemas e políticas europeias têm de ser visíveis através dos *mass media* e é nesta discussão pública que eles conquistam (ou não conseguem obter) ressonância e legitimidade públicas.” (Koopmans e Erbe, 2002: 1). Em segundo, chamam a atenção para a quase ausência de meios e oportunidades para os europeus expressarem a sua opinião, sendo que os escassos referendos são a isto excepção – “Os decisores políticos europeus têm de recorrer aos canais de comunicação dos *mass media* para obter informação sobre a vontade e as preocupações dos cidadãos” (Koopmans e Erbe, 2002: 1). Em terceiro, a obtenção de informação e a avaliação do público em relação à actuação das instituições comunitárias está bastante limitada à cobertura feita pelos órgãos de comunicação – “como a Europa se torna visível nos *mass media*” (Koopmans e Erbe, 2002: 1). Finalmente, referem o facto de a participação dos cidadãos no processo político

estar quase confinada ao seu acesso aos *mass media*, pois “a maioria das formas de participação cívica através de ONG’s, iniciativas cívicas e movimentos sociais só conseguem influenciar indirectamente os decisores políticos angariando visibilidade, ressonância e legitimidade nos *mass media*.” (Koopmans e Erbe, 2002: 2).

Estamos, então, perante dificuldades que ultrapassam claramente a simples e fácil responsabilização das limitações dos órgãos de comunicação tradicionais, até porque os próprios *media* tradicionais se fundem a passos largos num processo de convergência que os une e confunde com os novos. Isto, pese embora o facto de, mesmo na era do digital, a televisão e a imprensa escrita continuarem a ser o instrumento de informação, por excelência, dos europeus. Segundo resultados do Eurobarómetro 189, no momento de aceder a informação sobre a União Europeia, as fontes mais populares ainda são a televisão e os jornais (75%). Neste estudo de 2006, a internet ocupava o terceiro lugar do *ranking*, com 68% (Comissão Europeia, 2006). Não obstante, é inegável o seu peso crescente, sobretudo se tivermos em linha de conta a crise comercial que a imprensa escrita atravessa um pouco por toda a Europa.

Posto isto, e sem nos alongarmos mais, questionaremos, de seguida, as potencialidades dos meios de comunicação virtuais no espaço europeu, sem cairmos, no entanto, na pretensão de, nesta breve análise, apurarmos aqui a sua vasta natureza e, assim, esgotarmos o assunto.

À procura de cidadãos europeus nas promessas do ciberespaço

Tendo em consideração que um dos maiores cavalos de batalha do projecto comunitário é, por um lado, ultrapassar a ausência de um espaço público europeu, para que este último venha, por outro, a abarcar a polifonia de esferas nacionais, é incontornável questionar o contributo da internet, enquanto propulsor da desejada identidade europeia e da participação cívica e política.

Tomando como mote desta discussão as palavras de Jürgen Habermas sobre a esfera pública – “rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões” (Habermas, 1997: 92) –, a internet destaca-se, desde logo, enquanto prometedor instrumento de comunicação multidireccional. De facto, ao contrário da simples mediação e comunicação unilateral oferecida aos públicos pelos *media* convencionais, os novos *media* dão azo a uma comunicação interactiva e desterritorializada. A capacidade dual do ciberespaço construir e integrar espaços de comunicação que transcendam as fronteiras do Estado nacional e também promover sinergias mais locais ou regionais é, em boa verdade, uma das suas mais destacadas

mais-valias. De acordo com Craig Calhoun “uma fácil transcendência de espaço, que é um apoio à circulação cultural e, por vezes, à mobilização política” coexiste com “um suplemento para as comunidades que permanecem maioritariamente locais” (Calhoun, 2004: 16).

Paralelamente, Dominique Wolton já tinha alertado para uma correlação frágil e merecedora de atenção na Europa “quanto mais comunicação houver mais necessárias se tornam as identidades” (Wolton, 1999: 341), lembrando que o cerne deste problema europeu assenta essencialmente num desalinhamento de realidades – “a informação europeia está muitas vezes adiantada em relação à identidade europeia (...) tanto pode portanto ter um efeito estabilizador como destabilizador” (Wolton, 1999: 342). Extremando a posição de Wolton, podemos depreender da proliferação do uso do ciberespaço, um agravamento desse desalinhamento. No que diz respeito à exploração das possibilidades comunicacionais da internet, sublinha-se a necessidade de o cibernauta saber conciliar a sua existência cognitiva e cultural no ciberespaço com a sua existência física num espaço geográfica e culturalmente localizado. Este raciocínio vai ao encontro da perspectiva dinâmica da identidade assim definida por Schlesinger: “é um processo contínuo de recomposição em vez de estático” (Morley e Robins, 1995: 46). Ou seja, transpondo isto para o patamar da reprodução simbólica e cultural e da actualização da própria tradição, os novos *media* permitem quer a reconfiguração, quer o reforço das identidades, na linha daquilo que Benedict Anderson designou “comunidade imaginada” (Anderson, 1991: 6). Tal deve-se, em parte, à capacidade do online favorecer relações de comunicação horizontal, mais do que vertical e, portanto, mais informais, abrangentes e deslocalizadas dos poderes instituídos.

Se, por um lado, parece ser defensável a reconfiguração das identidades com base na utilização dos novos *media*, por outro, é imperativo levantar outra questão que com ela está estreitamente relacionada – a sua capacidade para lançar as linhas de construção de um espaço público comum virtual, que catapulte a participação política à escala europeia.

À semelhança dos *media* tradicionais, a internet conquistou, nos últimos anos, um peso incontestável na comunicação cívica e política, em muito estimulada pelo célebre desenvolvimento das tecnologias da informação, nomeadamente as da plataforma online. Da sua rápida propagação nas democracias ocidentais – sem quase olhar a idades ou a hierarquias socioculturais – tem resultado o questionamento da sua capacidade de fomentar a participação política, com base numa cidadania mais activa

e informada. Tal, deve-se, em parte, à crença de que a internet é claramente não só um meio de comunicação e entretenimento, mas também uma eficaz e cada vez mais abrangente fonte de informação. Lhayani, por exemplo, revela no seu estudo sobre as estruturas de informação consagradas à União Europeia que “em 2006, a internet ultrapassou, pela primeira vez, a imprensa tradicional enquanto principal vector de informação junto dos leitores europeus” (Lhayani, 2007: 2). A editora do portal EurActiv vai ainda mais longe ao listar os benefícios do online: “ferramenta incontornável (...) para melhorar a comunicação e a informação sobre a Europa e ainda mais para a criação de um espaço público europeu” (Lhayani, 2007: 2).

É inegável que a internet bombeia permanentemente um fluxo de informação variado e de fácil acesso, não estando o cidadão sujeito aos seus limites quantitativos daquela que é veiculada pelos meios de comunicação tradicionais – da emissão, no caso da televisão e da rádio, e da publicação e estrangimentos de espaço, no do jornal. Além disso, alia “os componentes audiovisuais dos *media* tradicionais (...) à interação e velocidade do telefone e do correio” (Tolbert e McNeal, 2003: 175) e, como referido atrás, chega a uma pluralidade de cidadãos quase a custo zero, independentemente da sua localização geográfica.

Porém, não está provado que haja uma correlação directa e eficiente entre a disponibilização de mais informação, isto é, uma sociedade mais informada, por um lado, e o aumento de participação dos cidadãos⁷, por outro. Isto, até porque a utilização que é feita da informação online não difere particularmente da dos novos *media* – estes últimos funcionam “como meios para aceder a notícias tradicionais mais do que como uma nova e radical fonte de informação não mediada” (Norris: 1999: 14).

Mais: autores como Pippa Norris, por exemplo, defendem que os *media* digitais não trazem novidades quanto aos públicos, pois estamos perante os “suspeitos do costume”, isto é, “reforça a voz daqueles que já são mais activos e participativos, assim como daqueles que já estão mais bem informados através das fontes noticiosas tradicionais, mais do que alcança os inactivos na sociedade” (Norris, 2001: 174-175). No fundo, estamos perante a mesma ou quase a mesma massa de cidadãos que, complementarmente, satisfaz através dos dois canais de informação as suas necessidades.

Da diversidade quase inesgotável de informação que a internet concentra em si, não podemos, contudo, inferir que os seus utilizadores a ela recorram para obter

7. Em boa verdade, e indo pouco mais além, muitos autores alertaram, no passado, inclusive para os perigos da sobreinformação, assim resumidos por Rabia Polat – “o excesso de informação pode impedir a capacidade das pessoas em fazer considerações” (Polat, 2005: 438).

abordagens ou pontos de vista diferentes dos já obtidos nos *media* convencionais. Rabia Polat refere, a este propósito, uma quase viciação da informação “a internet é útil para fomentar cidadãos mais informados quando esses cidadãos não usam a internet apenas para procurar informação que reforce as suas preferências políticas” (Polat, 2005: 441). Na verdade, não é possível depreender do aumento da informação disponível, o crescimento proporcional do interesse dos cidadãos quer em lhe aceder, quer em consultar dados novos ou opostos à sua convicção, por exemplo.

Complementarmente, Pippa Norris emprega o conceito de motivação – “a motivação parece ser particularmente importante para determinar se as pessoas estão interessadas em procurar fontes políticas, uma vez online” (Norris, 2001: 220). Ainda na mesma linha de pensamento, uma corrente mais ciberpessimista muito tem também questionado as utilizações da Net no domínio da informação e comunicação, defendendo até, nalguns casos, que o seu recurso serve essencialmente para fins de entretenimento – considere-se, por exemplo, os *chat-rooms* –, mais do que como uma fonte de informação.

Em boa verdade, o fácil acesso à amálgama de informação disponível em *sites* e *blogues* pode conduzir a duas situações quase antagónicas. Por um lado, a qualidade e diversidade de informação podem não estar garantidas, se o cibernauta só seleccionar dados que abordem e reflectam os seus interesses ou preferências. Neste caso, estamos perante uma triagem pré-definida que invalida o acesso à novidade e à diferença. Significa isto que não há uma correspondência entre a quantidade e a diversidade de informação a que se acede. Por outro, está igualmente latente o perigo da dispersão, isto é, demasiada informação pode funcionar como fractura. Seria o exemplo de um cibernauta que navega ao acaso, saltando de portal em portal e prestando-lhes pouca atenção. Aqui, a falta de convergência de interesses inviabiliza um benefício efectivo ao nível da assimilação da informação e, por consequência, na formação de consciências.

De facto, da própria utilização que cada indivíduo faz dos recursos disponíveis, surge um possível condicionamento na participação política via online, ou seja, não é a simples possibilidade de aceder e navegar nas páginas da internet que torna o cidadão mais capaz ou mais motivado para se envolver politicamente. Deste modo, de um ponto de vista mais pessimista, pode ser posta em causa a capacidade deste medium para abrir novas portas a uma participação política mais vasta e civicamente mais abrangente – “o aparecimento de um sistema político virtual parece promover mais conhecimento, interesse e participação activa daqueles que já estavam mais

predispostos para a intervenção cívica, reforçando os padrões de participação política” (Norris, 2001: 228).

Tendo em linha de conta o conceito habermasiano de espaço público, não é possível subentender da proliferação de *sites* e blogues, estes últimos enquanto espaços que privilegiam a comunicação horizontal, a existência de um espaço público virtual. Acresce ainda uma característica deveras importante: a capacidade bidireccional da comunicação. A internet, além de permitir ao utilizador usufruir da informação disponível e reenviá-la, sem custos, a um número ilimitado de utilizadores, concede-lhe a oportunidade de igualmente criar e participar. A este respeito, é incontornável apontar a criação de blogues como o expoente máximo desta possibilidade. Em 2005 – o ano em que esta ferramenta virtual mais se popularizou – surgiram diversos blogues mais ou menos informais sobre a União. Percepcionados como mais acessíveis e independentes e permitindo a proactividade, os blogues banalizaram-se. Convencidos de que estes beneficiavam a aproximação entre cibernautas, alguns comissários da União Europeia criaram os seus próprios blogues – “Alguns legisladores europeus viram nos blogues um meio para renovar os laços com os cidadãos, nomeadamente depois da rejeição em França e na Holanda do projecto de Constituição Europeia” (S/A, 2007: 2). Do mesmo modo, muitos jornalistas tornaram-se bloguistas. É o caso, por exemplo, do repórter do *Libération*, Jean Quatremer, detentor do “Coulisses de Bruxelles”.

Embora seja bastante difícil medir o impacto destes blogues – o único instrumento de medição é a contagem do número de *page views* –, quer em matéria de comunicação, quer na promoção de uma sociedade mais informada e politicamente pró-activa, é possível que o seu impacto não seja mais do que residual. Isto, se o considerarmos à escala europeia: fazem, hoje, parte da União Europeia a 27 quase 500 milhões de cidadãos.

São, todavia, muito positivas as iniciativas informais. Aproximando-se de um jornalismo amador, muitos blogues reportam, analisam e criticam a realidade europeia, favorecendo a troca de ideias entre diversos utilizadores. Estabelecem-se fóruns de discussão que, para os ciberoptimistas, não são, na verdade, mais do que espaços públicos de dimensões reduzidas. Mas é preciso não cairmos num deslumbramento ingénuo do fenómeno blogue; embora virtuoso, é usado frequentemente para puro e exclusivo entretenimento dos intervenientes, com objectivos quase exclusivamente lúdicos. Assim, se é indiscutível que o mesmo blogue pode, por exemplo, ser usado como espaço informal de partilha de ideias por europeus da Roménia e de Portugal,

parece-nos, contudo, muito ambicioso falar de um verdadeiro espaço público virtual. Apesar de poder ser percebido como uma alternativa ou um complemento ao clássico espaço público europeu⁸, este último pressupõe, em teoria, uma base de racionalidade, debate e crítica que não é indiscutivelmente evidente nos blogues. Polat parece seguir o mesmo raciocínio, recusando a possibilidade de o novo medium ser o instrumento de criação de um espaço público virtual. Justifica a sua posição afirmando que “o discurso on-line é, no seu conjunto, demasiado fragmentado e descentralizado para constituir ‘uma’ esfera pública” (Polat, 2005: 449).

Transpondo esta proposição para os fóruns online, onde há troca de opiniões e ideias entre intervenientes de diversas origens, talvez possamos estar mais próximos do ideal habermasiano. Não deixa, todavia, de ser um espaço de acesso restrito, ou seja, confinado a quem está num determinado momento online. Assim, pese embora as suas características universalistas – agrega cidadãos geograficamente dispersos –, resume-se a uma cibercomunidade ‘temporalmente’ limitada. Mais: à semelhança do que acontece nos *media* tradicionais, não podemos presumir que o recurso aos novos *media* é encetado por utilizadores diferentes. Diversos autores apontam, aliás, que, frequentemente “o debate on-line pode aumentar a participação, mas não contribuiu necessariamente para a diversificação da participação” (Polat, 2005: 451).

Ainda considerando os pressupostos do espaço público habermasiano, os interesses políticos e comerciais inerentes à própria utilização da Net constituem um entrave incontornável. Numa perspectiva mais pessimista, poder-se-á defender que esta servirá, inclusive, para fortalecer poderes já instituídos. “As páginas governamentais na Net funcionam como um novo canal de transparência e responsabilidade, mas também como um meio de propaganda estatal” (Norris, 2001: 237). O portal da União Europeia é, neste sentido, um exemplo merecedor de atenção. A criação do *site* oficial – <http://europa.eu> –, em 1995, comprova a utilização institucional, ainda que nem sempre bem aproveitada⁹, das potencialidades do novo *media* virtual, para fins comunicacionais e de incentivo à participação dos cidadãos. Este portal concentra o maior número de informações sobre a União Europeia e era, até há poucos

8. Para muitos, um espaço público à escala europeia não existe de momento.

9. O próprio site da União Europeia ostentava uma informação demasiado institucional, não sendo bem-sucedido a fomentar o interesse pelos assuntos comunitários. Era usado sobretudo por cidadãos que já antes tinham revelado o seu interesse pelos assuntos europeus e que usavam os *media* tradicionais para se manterem informados.

anos, um dos escassos *sites* sobre esta matéria.¹⁰ Dispondo de um manancial de informação para consulta e *download* – documentos oficiais, comunicados de imprensa, textos legislativos –, não contempla, todavia, um verdadeiro fórum. Ou seja, não há um apelo efectivo à participação do cidadão europeu. O erro ou a jogada estratégica deste portal reside precisamente no facto de a sua comunicação política ser quase em exclusivo unidireccional, ou, nas palavras de Pippa Norris, “Web como um wallpaper institucional, divulgando as suas mensagens, mas não fazendo uso da capacidade bidireccional dos media digitais” (Norris, 2001: 238). Todavia, no decurso do último ano, começaram a surgir algumas ferramentas online que abrem a porta a uma comunicação mais próxima e dialógica com o cidadão. Num ano marcado pelas eleições europeias, as consultas públicas tornaram-se mais frequentes no *site* oficial da União Europeia, por exemplo. O próprio Parlamento Europeu apostou em instrumentos multimédia para captar a atenção dos cibernautas e atenuar a distância e o desconhecimento face os seus eleitores.

Por fim, retomarei as considerações de Habermas sobre as esferas públicas – “Quanto mais elas se desligam da sua presença física, integrando também, por exemplo, a presença virtual de leitores situados em lugares distantes, de ouvintes ou espectadores, o que é possível através dos *media*, tanto mais clara se torna (...) a generalização da esfera pública” (Habermas, 1997: 93) – para voltar ao tema da constituição de um espaço público europeu. Parece-me improvável considerar a sua constituição sob a forma de uma esfera única e una, sobretudo se estivermos a contar, para isso, com as potencialidades comunicacionais da internet. Segundo John Keane, “internet é o *medium* apropriado para ligar esferas públicas de dimensões diferentes, sobrepostas e interligadas” (Polat, 2005: 449). Nesse caso, estaremos perante a coexistência de esferas públicas de dimensões mais ou menos reduzidas, com durações e número de elementos variáveis no tempo e no espaço, donde resulta um espaço público fragmentado e descentralizado.

Tendo como premissa o multiculturalismo da Europa e o próprio lema da união Europeia “Unidade na diversidade”, facilmente se poderá atestar a multiplicidade de espaços públicos em detrimento de um único, pois “um espaço público único arrisca-se na verdade a marginalizar e a suprimir a diversidade das sociedades complexas” (Bennett e Entman, 2001: 39). Em boa verdade, a Europa pode ver na proliferação de espaços públicos de menores dimensões um aliado à preservação da sua identida-

10. Sobre a União Europeia, predominaram durante muitos anos *sites* de carácter institucional ou ligados aos media.

de cultural, enquanto misto de berços culturais distintos. Autores, como Rabia Polat, vêm, aliás, esta conjuntura com bons olhos, na medida em que, mesmo sendo múltiplos, continuam a exercer as funções expectáveis do conceito geral de espaço público, ou seja, “estas comunidades online ainda funcionam como plataformas onde os seus participantes exercem os seus direitos enquanto cidadãos e participam no debate político online” (Polat, 2005: 450).

Novas direcções para investigação futura

Constatando-se, empiricamente, o pressuposto de que na Europa proliferam os mini-espacos públicos, muitos numa plataforma virtual, é fulcral reavaliar o conceito de espaço público enquanto esfera, por excelência, de comunicação transnacional e, portanto, de participação política de grupos socioculturais geograficamente dispersos ou distantes. Mais: questionar a possibilidade de ser activado por interveientes que, não possuindo qualquer conexão cultural ou territorial, também não partilham necessariamente um laço político (Fraser, 2007: 15-16). Confirmada esta suspeita, afigura-se pertinente averiguar a legitimidade do espaço público enquanto lugar de debate e de crítica política e social.

Em contraponto, é relevante analisar esta correlação no contexto da União Europeia. Será a multiculturalidade europeia um entrave à legitimidade e à eficácia de uma ou mais esferas públicas à escala europeia, mesmo se suportadas por um projecto político comum aos Estados-membros? Com base numa cidadania que se pretende europeia e de uma governação híbrida que pende entre o supranacionalismo e o intergovernamentalismo, será possível construir um espaço público de características habermasianas?

Findas as últimas eleições para o Parlamento Europeu, cabe ainda analisar em profundidade a proliferação e eficácia dos *sites* e blogues – institucionais e amadores –, no fomento da participação activa dos cidadãos.

Considerações finais

Cair num optimismo exacerbado quanto às potencialidades da internet no fomento de uma comunicação mais eficaz e democrática, que conduza ao fortalecimento

das cidadanias, não parece difícil. Resta, no entanto, apurar se soluciona todas as lacunas que os *media* tradicionais não souberam ou conseguiram colmatar ao nível europeu.

De acordo com um relatório da Comissão Europeia, divulgado em Abril de 2008, sobre a iniciativa i2010, “mais de metade dos europeus são neste momento utilizadores regulares da internet e 80% destes dispõem de ligações em banda larga” (Comissão Europeia, 2008). Embora sejam duas condições imprescindíveis à constituição de um espaço público virtual, onde os cidadãos europeus possam facilmente aceder a informação diversa e a instrumentos de discussão e participação política online, não podemos daí inferir a sua existência.

Ficou provado que o simples, gratuito e diversificado rol de informação disponível à distância de um clique não representa mais do que uma romântica promessa na constituição de uma sociedade, não só mais esclarecida, mas também mais motivada para a participação política. Se é verdade que a falta de acesso à Net pode representar um forte entrave a uma sociedade mais conhecedora, por outro, não é sensato daí extrapolar o aumento do número de cidadãos mais bem informados e interventivos.

No que diz respeito ao acesso à informação, concluímos anteriormente que os novos *media* não substituem os tradicionais. Afinal de contas, os cidadãos ainda recorrem, em primeiro lugar, aos últimos para satisfazer as suas necessidades. À semelhança do que no passado se profetizou para a rádio, televisão e imprensa escrita, também os novos *media* não podem sozinhos colmatar as falhas do sistema político.

Por um lado, “é preciso haver motivação para obter informação e procurar perspectivas diferentes para as pessoas usufruírem da Net enquanto fonte de informação” (Polat, 2005: 441). Por outro, mesmo que essa motivação se consubstancie, existem vários obstáculos à participação política na Europa. Em boa verdade, para intervir num espaço público que se pretende transnacional, “a maioria dos cidadãos da União Europeia tem de recorrer às esferas públicas nacionais para participarem e discursarem nesta estrutura política supranacional” (Bennet e Entman, 2001: 39). A tão desejada proximidade entre cidadania e política fica seguramente comprometida.

Os chamados ciberoptimistas defendem que os novos *media* podem activar o pleno acesso dos cidadãos ao sistema político, através do ciberespaço. A existência de um espaço público à escala europeia é, sem dúvida, “uma pré-condição para a tomada de consciência da soberania popular” (Eriksen, 2005: 341), mas para estarem reunidas as condições necessárias ao seu estabelecimento, teremos de considerar os outros dois vértices do triângulo – o poder político, no panorama europeu,

as instituições comunitárias e os cidadãos dos 27 Estados-membros. Não obstante o aumento de *sites* políticos e institucionais à disposição da sociedade civil, não é evidente ou, pelo menos, não está concretizado uma verdadeira disponibilização de mecanismos de participação política para o cidadão comum. Para Pippa Norris são ainda escassos os instrumentos de carácter bilateral no ciberespaço – “Os sítios da Net dos principais partidos divulgam os discursos dos líderes, comunicados de imprensa e posições políticas oficiais, mas raramente disponibilizam mecanismos de feedback para os apoiantes ou opositores fazerem os seus comentários públicos” (Norris, 2001: 237-238). Muito há ainda a fazer para os cidadãos deixarem de estar confinados a uma intervenção passiva, enquanto meros receptores de dados, para conquistarem a possibilidade de serem eles próprios intervenientes políticos no dito espaço público europeu.

Além disso, é preciso questionar o próprio interesse dos cidadãos em envolverem-se activamente na vida política. A Europa procura “desesperadamente” encontrar cidadãos activos no ciberespaço, mas resta saber se estes querem ser encontrados ou se aguardam por mecanismos à sua disposição para que se possam fazer ver. Para Erik Eriksen, “É necessário um mínimo de unidade e solidariedade para os intervenientes utilizarem em conjunto os espaços públicos para lutarem pela concretização de objectivos colectivos e estarem preparados para assumir novas obrigações, incluindo prescindir de parte da sua soberania” (Eriksen, 2005: 345).

Finalmente, afigura-se apontar que o excesso de optimismo quanto às potencialidades dos novos *media* por parte dos órgãos políticos, nomeadamente dos europeus, parece querer esconder um problema de fundo ainda por resolver. A internet, enquanto dispositivo tecnológico apresenta um enorme potencial, mas isso não é condição bastante para atingir os objectivos ambiciosos a que a Europa se propõe – “A internet pode desenvolver a participação tornando-a mais fácil e acessível. Contudo, se a ausência de participação política se deve à falta de recursos e motivação, o potencial desempenho da internet torna-se menos significativo” (Polat, 2005: 455).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, B. (1991), *Imagined communities. Reflections on the origin and spread of nationalism*, New York: Verso
- ARMOUR, D. (1991), *A European newspaper: a bridge too far?*, *British Journalism Review*: 14-18
- BENNETT, W. L., ENTMAN, R. M. (2001), *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*, New York: Cambridge University Press

- CALHOUN, C. (2004) The democratic integration of Europe. Interests, identity and the public sphere, www.eurozine.com
- COMISSÃO EUROPEIA (2006), EU Communication and the citizens. General Public Survey. Analytical Report, Eurobarometer 189ª, http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_189a_en.pdf
- Comissão Europeia (2008), Mais de 250 milhões de europeus utilizam regularmente a internet, IP/08/605, <http://ec.europa.eu/i2010>
- D'HAENES, L. (2005), Euro-vision: the portrayal of Europe in the quality press, *International Communication Gazette*, vol. 67 (5): 419-440
- ERIKSEN, E. O. (2005), An Emerging European Public Sphere, *European Journal of Social Theory*, 8: 341-363
- FERRY, J.-M., (1995), L'identité postnationale et la citoyenneté postétatique. In *La citoyenneté européenne*, ed. Bruno Cautrès (2004), Problèmes politiques et sociaux, La documentation Française, 901
- FRASER, N. (2007), Transnational public sphere on the legitimacy and efficacy of public opinion in a post-westphalian world, *Theory, Culture & Society*, 24 : 7-30
- HABERMAS, J. (1997), *Direito e Democracia. Entre facticidade e validade*, vol. II, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro
- KOOPMANS, R., ERBE, J. (2002), Towards a European public sphere? Vertical and horizontal dimensions of Europeanised political communication (apresentado na Europub Conference "European governance and democracy – What prospects, opportunities and threats", Bruxelas, Novembro 2002), <http://europub.wz-berlin.de>
- LHAYANI, N. (2007), L'évolution des structures d'information consacrées à L'Union européenne sur internet: l'expérience d'EurActiv, *Horizons stratégiques*, 6
- MORLEY, D., ROBINS, K. (1995), *Spaces of identity. Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*, London: Routledge
- NORRIS, P. (2001), *Digital divide: civic engagement, information poverty and the internet worldwide*, Cambridge: Cambridge University Press
- NORRIS, P. (1999), Who surfs? New technology, old voters and virtual democracy in the 1996 and 1998 US elections, <http://ksgsghome.harvard.edu/~pnorris/Acrobat/WhoSurfs%20Revised%202001.pdf>
- POLAT, R. K. (2005), The internet and political participation: exploring the explanatory links, *European Journal of Communication*, vol. 20 (4): 435-459
- PRESTON, P. (2004), Dialogue of the deaf, www.eurozine.com
- S/A (2007), *Blogs: Comblar les lacunes de l'UE en matière de communication ?*, www.euroactiv.com
- SPLICHAL, S. (2006), In search of a strong European public sphere: some critical observations on conceptualizations of publicness and the (European) public sphere, *Media, Culture & Society*, 28: 695-714
- TOLBERT, C. J., MCNEAL, R. S. (2003), Unravelling the effects of the internet on political participation?, *Political Research Quarterly*, vol. 56 (2): 175-185
- WOLTON, D. (1999), *Pensar a comunicação*, Algés: Difel

