

UMA CIBERETNOGRAFIA DA TEMÁTICA POLÍTICA NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Lorena Liz Salvador (PIBIC/CNPq/FA/Uem), Valéria Soares Assis (Orientadora), e-mail: valeria.uem@gmail.com.

Universidade Estadual de Maringá / Centro de Ciências Humanas Letras e Artes/Maringá, PR.

Antropologia Urbana

Palavras-chave: Ciberetnografia, Política, Comunicação.

Resumo:

Esta pesquisa estudou como as pessoas se manifestam sobre o tema da política nas suas redes sociais no ciberespaço, para isso são colocados em questão afirmações contundentes de que as mídias sociais se tornaram uma nova dimensão da esfera pública, na acepção de Habermas e que, portanto, possuiria uma força inequívoca nas relações de poder contemporâneas. Realizou-se então uma etnografia no ciberespaço em que foi investigado como e o que as pessoas publicam sobre política nas mídias sociais, a fim de verificar como ocorre sua experiência política aí e, portanto, se esse espaço vem sendo utilizado como esfera pública.

Introdução

Nos últimos anos o tema da política firmou-se em diversos círculos sociais. A política também tem uma presença significativa no ciberespaço, cuja força e impacto de alguns acontecimentos recentes foi alvo de muitas análises. A tal ponto que passaram a se constituir numa premissa para a afirmação de que as mídias sociais poderiam ser usadas para a constituição de um novo espaço público do qual poderiam se expressar, trocar ideias e discutir opiniões. Esse espaço pode ser o que Arendt (1958, p.51) analisou ao dizer que “a sociedade conquistou a esfera pública”, sendo esta,

A ascendência da esfera social, que não era nem privada nem pública no sentido restrito do termo, é um fenômeno relativamente novo, cuja origem coincidiu com o surgimento da era moderna e que encontrou sua forma política no estado nacional (ARENDR, 2008, p. 37).

No presente estudo notamos a potencialidade das mídias sociais para que as pessoas possam expressar suas opiniões e discutir sobre política em seu cotidiano, num sentido aproximado da ideia de esfera pública de Habermas, em especial nos conteúdos do Facebook e Twitter, plataformas de grande expressividade e interação. O presente estudo, de perspectiva

antropológica, se alinha com outros que tem crescido nos últimos anos e contribuído com a geração de conhecimentos na interface da antropologia com a comunicação (RIFIOTIS, 2010).

Partindo de uma perspectiva de análise das interações nas mídias sociais de um pequeno grupo de pessoas, foi possível discorrer sobre esse fenômeno no Brasil e então identificar a participação dos atores com relação ao tema “política” em seus perfis, dispondo do auxílio de gráficos e tabelas para identificar tal participação e as evidências encontradas dentro das exigências escolhidas para classificar cada indivíduo em classes sociais, grupos de idades, sexo e também as 41 categorias de temas encontrados além da “política”.

Tendo a política como uma dimensão da vida social importante a ser investigada na relação entre antropologia e comunicação, a perspectiva da pesquisa evidencia aspectos da microesfera das relações de poder (DELEUZE, 1992), muitas vezes pouco perceptíveis nas análises mais gerais que caracterizam os estudos políticos. Segundo Rifiotis (2010), o estudo das interações sociais mediadas pelo computador tem se mostrado um campo fértil para a pesquisa dos fundamentos da sociabilidade e tem sido um vetor importante para a análise crítica de pesquisas sociais e antropológicas contemporâneas.

Materiais e métodos

Inicialmente realizou-se um estudo bibliográfico, recorrendo a autores cuja abordagem inspirou a forma com que se seguiu a construção da presente pesquisa. Apresenta-se como fundamental para entender o contexto em que o assunto proposto pelo estudo está inserido, o que discorre Rabelo (2010) ao perceber que as recentes transformações comunicacionais são de grande importância para a alteração da relação de esferas públicas, privadas e sociais. Outro importante autor é Deleuze (1986) que aborda as relações de poder nas microesferas num contexto de modelo de sociedade de controle. Assim, pretende-se considerar na análise os limites e possibilidades das plataformas de mídias sociais usadas pelos sujeitos nas suas formas de interação.

A pesquisa consistiu então no acompanhamento diário de publicações e interações de acordo com o compartilhamento de conteúdos, de 36 perfis, registrando comentários e reações que surgiam, analisando com destaque os conteúdos referentes ao tema “política”. Dos perfis, 18 eram de pessoas auto definidas como masculinas e 18 como femininas. Os indivíduos foram sendo caracterizados entre as classes popular, média e alta. A classificação por categorias sociais ocorreu obedecendo aos critérios presentes no documento da ABEP (2015).

Inicialmente a compilação dos dados foi organizada em forma de registros diários, por tópicos, dentro das divisões classificatórias durante dois meses. Ao fim da captação de informações, os dados foram analisados e receberam destaque as que possuíam dados políticos. Assim, estudadas as

informações de forma comparativa, associou-se ao contexto político mais geral do período presentes na mídia massiva.

Em seguida, as informações foram ordenadas em uma tabela geral, colocadas em diferentes categorias: política, religião, pessoais, trabalho, frases motivacionais, tragédia chapecoense, comida, economia, educação, sociedade/cultura, orientação social, vídeos, ciência, imagens, humor, clima/tempo, animais, esportes, natal, fim de ano, marcação em fotos, self, promocional, jogos, felicitações de aniversário, check-in, entretenimento, viagem, tecnologia, fotos, marcações, saúde... totalizando 41 categorias.

Após serem reunidas, todas essas informações foram cruzadas para se obter gráficos comparativos. A análise se deu de uma forma mais específica para posts e publicações compartilhadas durante o espaço de tempo de dois meses (01/11/2016 a 01/01/2017).

Resultados e Discussão

Durante a análise a participação de ações digitais dos atores, com relação ao tema “política” dentro dos perfis mostraram ser essa “abstração da estrutura espacial/física das interações simples para a generalização da esfera pública” (HABERMAS, 1997, p. 93) sendo ela:

A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos (HABERMAS, 1997, p. 92).

Assim, perceberam-se as interações ao tema político desses indivíduos e as posições partidárias e ideológicas das mais variadas. De todas essas diversidades encontradas percebeu-se que nenhum discurso anula a relevância de outro dentro do ciberespaço, pois o confronto de opiniões faz parte da ação política e todos os que estão participando nesses perfis, independente do papel que desempenham, são considerados atores atuantes e criadores desses ambientes.

Tendo como foco as publicações relacionadas a este tema, foi possível visualizar a mínima participação dos indivíduos selecionados como classe média e classe popular de 26 anos a 49 anos, assim como os indivíduos de classe alta na média de 15 a 25 anos. As publicações e republicações sobre política, se não mínimas, eram inexistentes nessas faixas etárias, classes sociais e gênero. Mesmo considerando que o período analisado tenha sido num contexto marcado de constantes notícias dessa temática.

Pelo viés socioeconômico, de acordo com a pesquisa, a classe social com maior emissão de postagens sobre temas políticos nas redes sociais Twitter e Facebook foi a classe “alta”, porém, restrita a uma faixa de idade, a de 50 anos. Os perfis de faixa etária de 15 a 25 anos de classe “alta” não apresentou qualquer publicação sobre política durante os dois meses

analisados. De maneira geral, desconsiderando as polaridades entre mais e menos publicação, as classes sociais “média” e “popular” tiveram melhor distribuição de expressão política em seus perfis, considerando a dissolução entre as faixas etárias analisadas.

Conclusões

Como foi exposto, esse estudo não teve por interesse identificar o grau de politização dos indivíduos nos meios digitais. O objetivo foi o de fazer um exercício analítico a fim de verificar se as redes sociais digitais podem mesmo ser identificadas como novas modalidades de esfera pública, tendo como estratégia metodológica a ciberetnografia. Foi percebido que nos diferentes grupos categorizados, independente de classe social, faixa etária ou gênero, pouco se verificou em termos de interesse no tema “política” em seus perfis. O único destaque de exceção refere-se aos perfis de indivíduos com mais de 50 anos.

Cabe ressaltar que esse resultado deve ser considerado como uma amostragem, uma primeira sinalização a respeito do tema. Ela sinaliza para a necessidade de uma pesquisa de maior profundidade, com um acompanhamento de maior prazo e com mais indivíduos. Assim, a pesquisa proporcionou uma resposta preliminar a respeito da possibilidade de se pensar a relação entre esfera pública e redes sociais digitais. Portanto, sendo o ambiente estudado compreendido como uma potencial nova esfera pública e que, portanto, possuem uma força inequívoca nas relações de poder contemporâneas, as redes sociais do ciberespaço podem ser mais complexas do que apenas publicações de pessoas sobre si mesmas, de selfies a descrições sobre suas experiências, ideias e gostos.

Referências

ARENDRT, Hannah. A condição humana. Rio de Janeiro: forense universitária. Ed. 10. 2007.

DELEUZE, Gilles. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. In.: _____. **Conversações**. São Paulo: Ed. 34. 1992. p. 223-230.

HABERMAS J. (1984). **Mudança estrutural da esfera pública**. São Paulo: Tempo Brasileiro.

RABELO, Leon. As mídias sociais e a esfera pública: mudanças de paradigma na comunicação contemporânea. **Anais do XII Intercom**. Goiânia. Maio de 2010.

RIFIOTIS, Theophilos. Antropologia do Ciberespaço: questões teórico-metodológicas sobre pesquisa de campo e modelos de sociabilidade. In.: RIFIOTIS, Theophilos et. al.(orgs.). **Antropologia do Ciberespaço**. Florianópolis: Ed. da UFSC. 2010. p.15-28.