

ANTÓNIA DO CARMO BARRIGA

SOBRE A AUSÊNCIA DE PLURALISMO NOS MÉDIA: COMO OBSERVAR A INVISIBILIDADE DO DEBATE POLÍTICO NOS NOVOS MÉDIA?

INTRODUÇÃO

Recentemente pudemos observar nos média sociais a denúncia da falta de pluralismo político e de isenção dos média tradicionais portugueses, ainda que efetuada em contextos particulares e por atores específicos. Num cenário de mudança de orientação na governação política do país, este debate foi motivado por alguns acontecimentos políticos, tais como as eleições legislativas (realizadas em outubro de 2015) e o subsequente processo de formação de Governo; as eleições presidenciais (em janeiro de 2016) e a aprovação do Orçamento do Estado. Particularmente durante os períodos de campanha eleitoral, a questão (recorrente) da falta de pluralismo político nos média adquiriu acuidade. Aos média tradicionais – particularmente às televisões – foi-lhes apontado, entre outras críticas, a preferência pela “opinião” em detrimento da “informação”, dada a presença assídua de “comentadores” conotados com a mesma ideologia política. Estas denúncias tiveram expressão, sobretudo, noutros palcos de menor visibilidade, mas de crescente influência: as redes sociais. Diríamos que se tornaram mesmo num dos *trending topics* no Twitter, protagonizado por intervenientes com ligações, muitos deles, ao próprio campo dos média e ao campo político.

Neste sentido, também se revelaram motivo para a continuidade de uma análise já encetada sobre esta rede social, através da qual se pretende perceber que utilizações lhes estão a dar os atores que protagonizam, em Portugal, a discussão política no espaço público (Barriga, 2015a, 2015b), visando-se agora um aprofundamento ao nível da problematização teórica e a introdução de novos elementos empíricos. Numa análise exploratória, tentamos que alguma luz, por ténue que seja, incida sobre a invisibilidade

das dinâmicas comunicacionais que ocorrem fora do *mainstream* dos média tradicionais.

Para a tentar entender a *twittosfera* – um lugar onde se atravessam outros média e flui informação e debate político em tempo real, onde coabitam atores vários, também ligados ao campo político e ao jornalístico – neste texto defende-se uma perspetiva que não glorifique nem diabolize os novos média e, no caso em análise, um olhar que não ignore outros fins que o Twitter também serve.

O PAPEL DA INTERNET NA ESFERA PÚBLICA: ENTRE O ENCANTAMENTO E A DESCRENÇA

A discussão sobre o papel da internet na esfera pública, já com certa tradição no estudo dos média, é marcada pela proliferação de formulações e perspetivas teóricas. Como refere Dahlgren, o tema da internet e da esfera pública, já tem um lugar permanente nas “agendas de investigação” e está a entrar no *mainstream* dos estudos de comunicação política (Dahlgren, 2005, p. 147). Este autor agrupa, aliás, as perspetivas sobre o papel da internet na esfera pública: por um lado, a dos autores que reconhecendo mudanças interessantes na democracia, no cômputo geral atribuem uma mais-valia modesta à internet, para quem a vida política na internet é entendida enquanto extensão da vida política fora da internet; e, alternativamente, a perspetiva daqueles que tomando como ponto de partida que estamos numa nova era, em que as certezas do passado no que diz respeito ao funciona a democracia se tornaram problemáticas, argumentam que a internet se torne particularmente importante no domínio da política informal e extra-parlamentar (Dahlgren, 2005, p. 154).

Noutra formulação dicotómica, Correia divide o debate académico sobre o impacto das tecnologias digitais entre “euforia cibernética” e “distopia digital”, enquanto nesta última abordagem são referidos desvantagens e obstáculos que negam o papel político da internet, na primeira, a otimista, negligenciaram-se os componentes sociais e políticas de poder sobre o sistema de média (Correia, 2014, p. 80). As perspetivas teóricas sobre o papel da internet situam-se, pois, entre o encantamento e a descrença. Para alguns autores, trata-se mesmo de uma esfera pública virtual de pleno direito (Castells, 2001; Lévy, 2002). Para outros, contudo, deve ser entendida como espaço virtual facilitador da renovação da esfera pública (Kellner, 1999; Moore, 1999; Noveck, 1999; Papacharissi, 2002; Slewin, 2000) ou de uma ciberdemocracia que promova e alargue o debate

democrático e fomenta a participação política (Albrecht, 2006; Carlin et al., 2005; Dahlgren, 2000; Dahlberg, 2001; Kwak, Williams & Edge, 1996; Pickard, 2006; Wang & Lee, 2005; Warnick, 2007).

Por outro lado, entre outros argumentos que se possam contrapor ao entusiasmo atrás referido e tal como adverte Dahlgren, sabe-se que o uso da internet para fins políticos é claramente menor se comparado com outros fins a que se destina; a deliberação democrática está completamente ofuscada pelo consumismo, entretenimento, etc. (Dahlgren, 2005, p. 151). Sabe-se que o carácter comunicativo da discussão política nem sempre promove o ideal cívico. E, mesmo quando a internet é utilizada para fins políticos, por vezes, não o é pelas nobres (ou mais democráticas) razões. Veja-se, por exemplo, o “lado negro” do Twitter, como este tem sido instrumentalizado por organizações terroristas¹.

Subscrevendo Papacharissi, neste debate interessa questionar-se a internet e as demais tecnologias vão efetivamente revolucionar a esfera política ou se serão adaptados pelo *status quo* atual, especialmente numa altura em que o público demonstra uma atividade política dormente e desenvolve um crescente cinismo face à política (Papacharissi, 2002, p. 10). Deste modo, poderão os média sociais cumprir a promessa de alargar democraticamente o espaço público, garantindo a pluralidade ideológica e possibilitando a perda do monopólio da palavra pelos média tradicionais, curto-circuitando a autorreferencialidade das formas culturais e mediáticas dominantes, corporizando, assim, um aumento de racionalidade ao espaço público e um contributo para a sua revitalização? Evidenciando-se entre os críticos de Habermas, Thompson fez uma referência explícita ao papel dos média, defendendo a necessidade de repensar a tese da “colonização da esfera pública” em função de importantes questões que envolvem o panorama mediático (especialmente entre os anos 80 e 90 do século XX) (Thompson, 1998, p. 107). Thompson foi particularmente incisivo ao sublinhar a rutura espaço-temporal que os média proporcionam, dado que as interações entre os grupos deixam de se restringir a um lugar físico concreto (Thompson, 1998, p. 347).

De facto, passaram a sobrepor-se e a interconectarem-se várias esferas públicas, ou “esferículas públicas” separadas, como diz Gitlin (1998).

¹ Um estudo realizado entre setembro e dezembro de 2014 pelo *TwitterCensus* e publicado no início de março pela Brookings Institution estima que foram utilizadas, em 2014, entre 46.000 e 90.000 contas do espalhar a propaganda do Estado islâmico (Morgan, 2015). Note-se que nos últimos 10 meses o Twitter aumentou as suas equipas anti-terrorismo, tendo fechado 125 mil contas supostamente ligadas a terroristas islâmicos. Após os atentados de Bruxelas (março, 2016), o auto proclamado Estado Islâmico terá ordenado aos seus apoiantes que inundassem o Twitter com mensagens de apoio aos ataques (Beck, 2016).

No início dos anos 90 Dahlgren (1991) começou por aludir à “pluralidade de esferas públicas alternativas dinâmicas” (Dahlgren, 1991, p. 14). Mas são vários os autores que defendem a existência simultânea de espaços públicos múltiplos e por vezes opostos. A cada momento, as redes sociais não cessam de contribuir para “reconfigurações” do espaço público e também para as suas “contradições”, obrigando a conceptualizar as noções de pluralismo e diversidade dos média, de participação política e de cidadania.

Mas é também o tempo que aceleradamente se reconfigura, ou pelo menos o modo como o experienciamos, bem como a relação que a sociedade mantém com ele. Como evidencia a literatura que enfatiza o seu papel na teoria social e política, partindo da fenomenologia de Husserl, Bergson e Heidegger (citados em Hassan, 2014, p. 8), o tempo não é algo abstrato ou “fora” do mundo social, é algo que existe “dentro” de nós enquanto dimensão central do humano. E contudo, a experiência social do tempo é também a criação social do tempo (Hassan, 2013). Hassan, particularmente, sublinha que o tempo também é tecnologicamente criado e a sociedade em rede criou o que chama o “tempo de rede”, uma nova relação com o tempo, neoliberal, emergindo no contexto do capitalismo e com efeitos nas relações sociais e políticas (Hassan, 2013, 2014). É a aceleração social – chave para entender a modernidade – a que sobretudo Hartmut Rosa (2013) se reporta, de modo mais aprofundado.

Ora, a lógica instrumental-racional da internet impulsiona o tempo de modo cada vez mais rápido, alimentado pela concorrência capitalista e pela mercantilização, cujos efeitos nem sempre são orientadas para as necessidades humanas (Schiller citado em Hassan, 2014, p. 11). Em paralelo, ou em consequência, o quotidiano é atravessado pela “escassez” de tempo (Southerton et al. citado em Hassan, 2014, p. 10), entre outros constrangimentos ou alterações que a tecnologia introduziu na vida privada. Uma espécie de “ditadura da velocidade”, recorrendo à expressão de Paul Virilio (1995). De modo muito crítico, Robert Hassan (2014) denuncia as consequências negativas da aceleração descontrolada para as pessoas, as economias e para nossas conceções de democracia. O autor sublinha que a lógica da rede e a consequente aceleração social minaram radicalmente a base sobre a qual a política moderna foi fundada, sendo que as instituições democráticas (particularmente nos processos de tomada de decisão) ainda estão presas aos ritmos temporais da fase em foram instituídas (Hassan, 2013, p. 359).

Evidentemente, também os ritmos, as potencialidades e os requisitos para a participação dos cidadãos na esfera pública se alteraram com o acesso à internet. Entre outros aspetos, não poderemos deixar de considerar

as consequências da não regulamentação e ausência de moderação nas redes sociais. A informação, para além de veloz, tornou-se abundante. Para alguns autores essa abundância de meios de comunicação nem sempre se tem revelado positiva para a democracia. Para Thomas Paterson, por exemplo: antes da múltipla oferta de canais de televisão e da rádio havia uma hora em que as pessoas viam notícias na televisão, agora no mesmo horário as possibilidades diversificaram-se, os interesses deslocaram-se mais para os programas de entretenimento e menos para os de informação (Paterson, 2010, pp. 15-24). Se é certo que as práticas e consumos informativos de alguns de nós ainda têm ressonância em Hegel (citado em Barriga, 2007, p. 14), tantas vezes glosado, que ilustrou o espírito da modernidade assinalando a substituição da oração matinal pela nova rotina da leitura do jornal diário, seguramente já não o lemos unicamente pela mesma via e muito menos no “velho horário”. Usamos um “novo relógio” numa outra rotina, traçada por itinerários em constante reconfiguração que se cruzam em “novos cafés”.

OS VELHOS E OS NOVOS MÉDIA: UMA ALIANÇA (IM) PROVÁVEL NA ABORDAGEM PLURAL DO POLÍTICO

A relação entre velhos e novos média é fonte inesgotável de interrogações, nomeadamente as que indagam se estamos perante o predomínio ainda do processo de remediação ou já do processo de convergência; se os novos média atenuam ou contribuem para a “espiral do silêncio”.

Os processos de convergência multimediática poderão ser a expressão máxima das mudanças mediáticas (Jenkins, 2008). Pelo que, e ainda que se observem fenómenos que são essencialmente de remediação – entendendo-se por esta o processo de renovação de velhos conteúdos efetuado pelos novos meios (Bolter & Grusin, 1999) – interessará questionar se o processo de “convergência”, em sentido amplo, enquanto fenómeno transversal aos conteúdos, à distribuição e ao consumo de informação poderá, ou não, favorecer o pluralismo.

A democraticidade do espaço público (agora mediatizado também pelos novos média), a natureza do debate político que aí ocorre bem como as características dos atores que nele intervêm, são recorrentemente questionados. Saber se estamos perante o reforço da participação dos mesmos atores, já omnipresentes nos média tradicionais, ou perante o aparecimento de novos protagonistas, relaciona-se, pois, com as inquietações recorrentes e transversais da democraticidade do espaço público e do pluralismo e

diversidade nos média. Trata-se de conceitos diferentes, como demonstra Elsa Costa Silva (2012), ainda que usados indistintamente e considerados como sinónimos e equivalentes, no que tem sido tendência na investigação académica. No entanto, pode-se considerar que o pluralismo tem sido usado para expressar a necessidade de existirem vozes plurais na sociedade, entendido mais numa perspetiva quantitativa. Já a diversidade liga-se mais à questão da qualidade, da diferença. Importa, quando se fala de diversidade, atender à expressão das diversas/diferentes realidades de uma dada sociedade (nacionalidades ou minorias étnicas e sociais, classes profissionais e graus educacionais ou práticas culturais). Tendo em conta que as diferentes abordagens têm resultado mais de opções em termos semânticos do que de diferenças conceptuais, questionamo-nos, tal como a autora, se a diferenciação dos conceitos é possível, útil e operacional (Silva, 2012, pp. 36-37).

Afinal e paradoxalmente, é um velho assunto que nos faz questionar a capacidade dos novos média de cumprirem a promessa de alargar democraticamente o espaço público. E é nesta direção que importa, pois, questionar se a coexistência dos velhos com novos média serve a democracia. O panorama mediático altera-se substancialmente ou os novos média são mais um veículo para à exposição de ideias dos média representantes e reprodutores do discurso *mainstream*? Ao possibilitarem a discussão, acrescentam racionalidade ao espaço público e contribuem para a sua revitalização?

De acordo com os resultados do relatório “Media Pluralism Monitor 2015”, Portugal não apresenta, em termos gerais, “níveis de alto risco” de falta de pluralismo. Nos indicadores de “proteção básica” (liberdade de expressão, direito à informação, exercício da profissão jornalística) ou nos indicadores de “independência política” o risco é “baixo”; já nos que se relacionam com a pluralidade no mercado dos média (transparência e concentração da propriedade dos média) ou com a “inclusão social” (acesso aos média por diferentes grupos sociais e culturais, e as comunidades locais; literacia mediática, etc.) o risco é considerado “médio”. No entanto, como também se faz referência no relatório, falta a análise de categorias de conteúdo específicas, tais como a pluralidade de vozes políticos (cidadãos independentes, académicos, empresários, minorias, grupos étnicos, associações cívicas, e ONG), para uma melhor compreensão dos níveis de pluralismo político (Cádima, Silva & Martins, 2015).

Na expressão da opinião nos média tradicionais, em Portugal tem-se observado uma forte transitoriedade e omnipresença dos mesmos atores, resultante de uma simbiose de energias entre a imprensa, a televisão, a

rádio e também já alguns novos média, à qual não são alheias as estratégias mediáticas. E na atualidade, os média continuam a repetir os média, tomando de empréstimo a expressão de Ramonet (1999, p. 39)? Em nosso entender, quer no que concerne aos protagonistas quer no que diz respeito aos conteúdos, a resposta não pode ser categórica.

Isto é, relativamente aos conteúdos será (paradoxalmente) afirmativa se considerarmos, por exemplo, que “antes tuitavam-se notícias, agora noticiam-se tweets”, como refere Ramón Salaverría num *tweet* (2015, 26 de agosto); mas deixá-lo-á de ser ao admitirmos que metade das notícias que aparecem no Twitter em forma de *trending topic* não se destacam nos média tradicionais e quando coincidem aparecem em 60% dos casos primeiramente na rede social (Carrascosa, Cuevas, Gonzalez, Azcorra & Garcia, 2015, p. 9). O Twitter é, pois, uma importante fonte de informação de política, uma vez que esta rede social e as apps baseadas em RSS estão a dominar o consumo de notícias. Nos EUA 52% dos utilizadores do Twitter recebem notícias através dessa rede e são aqueles que mais se interessam por política que a procuram para esse fim (Barthel, Shearer, Gottfried & Mitchell, 2015).

Em linha com estes resultados, o relatório do Obercom “A internet e o consumo de notícias em Portugal 2015” refere que cerca de 55% dos inquiridos dizem consultar notícias *online* pelo menos uma vez por dia e que as redes sociais, enquanto fontes noticiosas, tendem já a ser mais consideradas do que fontes mais tradicionais. Quanto à utilização do Twitter para fins noticiosos, 65,8% dos seus utilizadores clicam no *link* de notícias que pretendem ler; 52,6% dizem ter comentado notícias; 47,4% utilizaram para “*browsing* do *feed* de notícias”; e 23,7% fizeram *retweeting* ou *favouriting* de uma notícia (na semana anterior à da resposta ao inquérito) (Cardoso, Mendonça & Lima, 2015, p. 5).

Já quanto às características dos atores políticos presentes na *twittosfera*, é certo que se constata uma forte presença de pessoas ligada ao campo dos média dito tradicional, particularmente jornalistas. Muitos destes profissionais “assinam opinião” nos média tradicionais e alguns ocupam aí cargos de direção. Em interação com estes atores, a utilização da rede pelos atores com ligação ao campo iminentemente político não é negligenciável, já que se verifica uma crescente presença de políticos (na sua maioria jovens). Também estes são presença habitual nos “espaços de opinião” das televisões e dos jornais. Por esta razão e pelo cargo que desempenham (governantes, deputados) têm uma visibilidade acrescida na *twittosfera* e a sua presença na rede, sobretudo se geradora de polémica, ecoa nos média

tradicionais. Deste modo, consolida-se a ideia da “transitoriedade” e “omnipresença” dos mesmos atores, sendo que é de admitir que estejamos perante o que diríamos ser um reforço da “identidade” deste subcampo dos média, dado que o aprofundamento das relações interpessoais, indiciado pelas dinâmicas comunicacionais observadas (Barriga, 2015a).

No espaço *online* as conexões das redes sociais são ampliadas, o que conduz à complexificação da interconexão entre os indivíduos. De acordo com a designação de Raquel Recuero (citado em Recuero & Zago, 2009), é nas “redes emergentes” que ocorre, pois, o processo de aprofundamento dos laços sociais. No Twitter qualquer um pode seguir qualquer outra pessoa sem que haja um acordo de reciprocidade entre o “seguidor” e o “seguido”, é esta facilidade de “seguir” alguém (com notoriedade), perguntar e obter resposta, manter ou aprofundar laços do mundo *offline* e pertencendo a uma “rede dentro da rede” (a *timeline*), que também faz emergir novos nomes (até então ausentes dos média tradicionais) e novas ideias. Onde, é também verdade que há lugar e visibilidade no Twitter para os discursos mais contracorrente, para os mais críticos das correntes do pensamento dominantes, para a defesa de opções políticas, morais e comportamentais mais marginais (Barriga, 2015b).

Neste sentido, ainda que possa ser mitigada, é uma “esfera alternativa”, que permite uma maior contraposição de opiniões e de diálogo ideológico, que contribui para uma abordagem mais plural das questões políticas e que não pode deixar de ter implicações no funcionamento democrático. Se é certo que ainda é uma esfera algo “elitista”, pois alguns debates decorrem sobretudo entre pares, não tendo a visibilidade dos média tradicionais, com frequência estes últimos servem-lhe de “amplificadores”, destacando-os, acrescentando-lhes “audiência” e sobretudo influência social e política.

A UTILIZAÇÃO DO TWITTER: DOS FINS MÚLTIPLOS AO DEBATE POLÍTICO

Inicialmente denominado “Twtrr” e assemelhando-se nos primeiros meses a um *chat* entre amigos, o Twitter cumpriu 10 anos de existência, a 21 de março de 2016. Em agosto de 2013 a cada dia já eram enviados 500 milhões de *tweets*. Alguns deles entraram para a História (como aquele em que o Presidente Obama assinalou a sua vitória, em 2012) ou ajudaram a escrevê-la, em direto e em antecipação aos média tradicionais, por exemplo: o acidente com o avião no Rio Hudson (2009), a promessa da “primavera Árabe” (2011) ou, mais recentemente, os ataques terroristas em Paris (2015).

Porém, desde meados de 2015 que quase estagnou nos 320 milhões de utilizadores ativos mensais. Acrescenta-se que foi ultrapassado pelo Instagram (atualmente com mais de 400 milhões) e distanciou-se do Facebook, que já ultrapassou os mil milhões de utilizadores. Neste momento, assiste-se a algumas mudanças em curso que poderão, em parte, explicá-lo e que em muito se devem à entrada da empresa na bolsa, em 2013. Desde então, e tendo já perdido metade do seu valor, a empresa tem procurado receitas e conduzido experiências, nomeadamente de aproximação às características de outras redes, o que para muitos dos utilizadores desvirtua a plataforma. São disso exemplo a substituição do “FAV” (“favoritos”, inicialmente destinada a arquivar *links* ou informações) pelo ícone *coração* (por analogia ao *like* de outras redes sociais) ou a substituição do *feed* cronológico de mensagens.

Refira-se que a penetração do Twitter é substancialmente maior nos EUA do que nos restantes países (254 milhões versus 65 milhões). Em 2014 o Pew Research Center estimou que 23% de todos os utilizadores de internet adultos e um quinto de toda a população adulta usa o Twitter (Duggan et al, 2014). De acordo com outro relatório do mesmo centro, nos EUA, a utilização é maior entre os residentes urbanos, os adultos com menos de 50 anos e pessoas com rendimentos mais altos (Perrin, 2015).

Ainda que os dados sobre a utilização do Twitter não sejam públicos, em Portugal observa-se uma crescente popularidade entre adolescentes e jovens adultos, por um lado, e entre aqueles que influenciam e decidem, por outro. A diretora de vendas do Twitter para a Europa, Médio Oriente e África, revelou que mais de metade dos utilizadores portugueses acede à sua conta pelo menos uma vez por dia, sendo que o móvel representa 80% dos acessos (Guerreiro, 2015). Os dados do Obercom (Cardoso et al., 2014) sobre a utilização da internet em Portugal, não obstante demonstrem que as redes sociais têm sido uma realidade online fortemente explorada pelos portugueses, indicam que a percentagem de internautas que utiliza o Twitter é apenas de 9%.

O Twitter popularizou-se pela simplicidade da sua interface e pela eficácia das ferramentas para a exploração das características mais marcantes da Web e da sociedade em rede: instantaneidade, interatividade, personalização, hipertextualidade, mobilidade e convergência. É considerado por muitos o verdadeiro “minuto-a-minuto do planeta”, pois ali a informação quase circula em tempo real, permitindo que as informações sejam produzidas através de um fluxo contínuo de trocas, interações e híper conexão de conteúdos. A especificidade do limite de 140 de caracteres por

tweet aparentemente não seria propícia ao debate político, no sentido argumentativo, no entanto será preciso considerar que a Web 2.0 trouxe novas ferramentas que potenciam a interatividade e a partilha, bem como novas formas de utilizar a palavra e atribuir sentido.

De acordo com a caracterização efetuada ainda pelo Pew Research Center, a *twittosfera* é composta, em grande parte, por ativistas políticos e “comentadores culturais”, que veem na rede um meio eficaz de influência. Esta rede é referida como uma plataforma de notícias, sendo que a informação de última hora é uma das suas funções essenciais; os utilizadores são um grupo especialmente em sintonia com notícias, média, cultura e vida cívica; donde, quem “fala” nesta rede é gente que dá especial atenção a questões políticas; contudo, as suas “conversas” não são representativas dos pontos de vista da opinião pública, pois muitas vezes são contrarcorrente (Breyner, 2014) e frequentemente reagem com mais “negatividade” (Mitchel & Hitlin, 2013)². Sublinhe-se, portanto, que a *twittosfera* não espelha o “mundo real”. Note-se a não correspondência, por exemplo, entre a dinâmica e a popularidade que alguns candidatos às últimas eleições legislativas ou às presidenciais alcançavam nesta rede social e os resultados eleitorais que obtiveram³.

O ambiente do Twitter pode caracterizar-se, na opinião de Pedro Guerreiro, por “(...) o de um café cheio de amigos e conhecidos, entre anónimos e figuras públicas, ainda que não conheçamos realmente muitos deles (...) E dá-se espaço à serendipidade, ao encontro feliz e furtivo de pessoas unidas por um interesse, ainda que afastadas por geografias ou fidelidades conflituantes” (Guerreiro, 2016). E mesmo quem utiliza a plataforma para discutir questões essencialmente públicas, por vezes encontram aí lugar para a partilha do trivial, do quotidiano, de aspetos que remetem para o privado (Barriga, 2015a).

Porém, outras vezes a “troca de opiniões” é indisfarçavelmente pouco amistosa e tolerante. Nem sempre pela discordância salutar de pontos de vista, mas com certa frequência pelo insulto (de alguns “seguidores” que não se incluem no “círculo” mais próximo), remetendo para os

² A este propósito, é curioso notar que durante a campanha eleitoral para as eleições legislativas o Popstar utilizou uma ferramenta de “análise de sentimento no Twitter para medir a polaridade das menções no Twitter”, distinguindo entre negativas, neutras e positivas. Após o debate entre Passos Coelho e António Costa, captaram-se um total de 9821 menções, constatando-se que a esmagadora maioria das menções foram classificadas como negativas (Magalhães, 2015).

³ Num estudo efetuado pela empresa de consultoria de comunicação Imago-Llorente & Cuenca, em parceria com a Universidade Católica Portuguesa, Rui Tavares surgiu como o político mais influente e Pedro Passos Coelho, em 13º lugar (Lopes, 2015).

“ambientes sociais” a que se refere Wilson Gomes. Nestes ambientes, a política caracteriza-se pela massificação, que também significa democratização, mas comporta o amadorismo e reforça a polarização, o comportamento belicoso. Por outro lado, essa exposição também tem interesse porque as posições que são extremadas, ofensivas, humilhantes e violadoras da democracia são expostas e recebem a rejeição pública⁴. Os fins a que o Twitter se destina são, portanto, múltiplos e o debate político democrático é só um deles.

CONSIDERAÇÕES E OPÇÕES METODOLÓGICAS NA ANÁLISE DE UMA *TIMELINE*

Na análise dos discursos produzidos pelos participantes na *timeline* aqui objeto de estudo, as questões que estiveram sempre presentes foram as que sempre decorrem da análise de conteúdo. Desde logo, tornou-se imprescindível questionar e refletir sobre a (não) neutralidade do papel do investigador. Também nesta análise não perdem pertinência os argumentos, em sentido crítico, de Hackett, ao sustentar que a análise de conteúdo está associada à problemática da parcialidade (Hackett, 1999, p. 114). Considerando as características do Twitter (fluxo e instantaneidade da informação, elevado número de participantes, de conversas e de outros significado, como os suportados pelos *links*) as técnicas tradicionais ou a utilização tradicional da análise de conteúdo revelam-se inapropriadas. Porém, muitas das técnicas utilizadas atualmente para a amostragem e a análise dos dados desta rede social, nomeadamente as que recorrem ao software informático disponível, são limitadas ou têm falhas, como notam Graham, Hale e Gaffney (2014). Não ambicionando superá-las, e face aos objetivos e constrangimentos desta pesquisa exploratória, ensaiámos um procedimento metodológico de cariz eminentemente qualitativo, cujas opções e critérios são discutíveis e, em si mesmas, encerram claras limitações.

Assim, o procedimento utilizado nesta análise pode resumir-se deste modo: a partir da (re)construção de uma rede e da integração do investigador, como observador não participante, e da seleção do tema/assunto procede-se à análise de conteúdo de cada *tweet* ou *retweet*. Por outras palavras, para aceder à interação e à sua análise, na *timeline* “seguem-se” perfis numa “rede dentro da rede”, na qual é expectável encontrar pessoas com relações

⁴ Declarações proferidas na Conferência “Estética, Imaginário e Política”, realizada na Universidade da Beira Interior, a 11 de março de 2016.

de algum tipo de proximidade entre si – uma “rede emergente”, numa aproximação à classificação de Recuero (citado em Recuero & Zago, 2009).

O trabalho empírico, de natureza exploratória, sobre o Twitter teve início em maio de 2014. Começou por ser efetuado a dois níveis: um primeiro de natureza mais extensiva e exploratória; um segundo, mais intensivo. No primeiro, tratou-se de uma leitura flutuante pela rede tentando explorar o máximo de perfis. A um segundo nível, de maior profundidade, e dado que se pretendia observar o tipo de discurso e de interações que aí ocorrem, tentou-se entrar na “rede dentro da rede”, partindo da identificação prévia de alguns dos seus protagonistas (“quem seguem” e quem são os seus “seguidores”).

Para tal, (re)construiu-se uma rede que integrámos como observador não participante. Nesta *timeline* “seguiram-se” inicialmente 55 perfis (pessoas ligadas ao campo político e ao jornalístico), sendo que não se procurou a exaustividade ou a representatividade da *twittosfera*, antes se tentou privilegiar a consistência. Isto é, simulou-se uma rede na qual fosse expectável encontrar pessoas com relações de algum tipo de proximidade entre si, pois só assim a interação se tornaria mais provável. Por outras palavras, pretendeu-se constituir uma “rede emergente”, na classificação de Raquel Recuero (citado em Recuero & Zago, 2009). Tal como a autora nota, no Twitter pode haver grandes redes de “seguidores” e “seguidos” (redes de filiação) com pouca ou nenhuma interação entre os atores e redes muito menores que abarquem as conversações (redes emergentes), mas que contenham muito mais interações entre os atores.

Tendo esta *timeline* como ponto de partida, para a presente pesquisa delimitámos o período de 15 setembro de 2015 a 15 de abril de 2016, altura em decorreram as campanhas eleitorais para as eleições legislativas e para as presidenciais, bem como o processo que daria origem à formação do atual Governo – o XXI Governo Constitucional – o segundo formado com base nos resultados eleitorais. Para a constituição do *corpus empiricus*, selecionou-se o discurso que circulou na *timeline* em torno do tema da falta de pluralismo nos média, interpretando-se, de seguida, todos os conteúdos das conversas (*tweets*, respostas, *retweets*) e conteúdo dos *links* partilhados.

Considerando o contexto político, facilmente se deduz que este foi um tema que mobilizou sobretudo quem se situa ideologicamente mais à esquerda do espectro partidário. Se admitirmos que há uma “*timeline* de direita”, como pudemos ver referenciado por pessoas que se assumem de esquerda, poder-se-á supor que a *timeline* em análise é uma “*timeline* de esquerda”. Aliás, a sua constituição assemelhou-se à amostragem “bola de

neve”, em que os *tweets* e *retweets* de uns perfis vão conduzindo a outros, sendo que para tal também contribui a lógica da própria plataforma ao sugerir-nos quem *seguir*. Delimitou-se então um número de perfis (neste caso pessoas) a “seguir” na *timeline*, considerando-se uma “amostra” de 20 (14 do género masculino e seis do feminino)⁵. Tendo em conta a atividade profissional /ocupação principal, assim distribuídas:

ATIVIDADE PROFISSIONAL	PESSOAS
Atividade Política	6
Jornalismo/comentário político	6
Assessoria/ comunicação política	5
Docência no Ensino Superior	3
Total	20

Tabela 1: Caracterização da atividade profissional

Com maior ou menor notoriedade na sociedade portuguesa ou exposição nos média tradicionais, dadas as suas ligações à política e ao jornalismo, trata-se de atores que incluímos no *subcampo dos média*, entendido enquanto lugar de interseção entre o campo político e o jornalístico (Barriga, 2009). Na sua maioria, produzem opinião publicada, isto é, a opinião tornada pública (independentemente do meio onde é veiculada ou do formato). Se alguns deles já tinham notoriedade adquirida (na atividade política ou nos média tradicionais), outros têm-na obtido na twittosfera e noutras redes sociais, por exemplo através da escrita em blogues (algumas destas pessoas, por esta via, tornaram-se agora também reconhecidos nos média tradicionais).

Independentemente de há quanto tempo têm conta no Twitter, todos os elementos deste grupo têm um número de seguidores significativamente superior ao de perfis que segue⁶. O número de seguidores, à data de 15 de abril de 2016, pode sistematizar-se deste modo:

⁵ Não se considerou adequado ou pertinente utilizar identidade destas pessoas (aliás, nalguns casos ela nem é explicitada, pois na conta do Twitter é apenas a identificação abreviada que figura).

⁶ Acrescente-se que em média cada pessoa deste grupo “segue” 1454, enquanto que a média de seguidores é 20 720

NÚMERO DE SEGUIDORES	PESSOAS
menos de 5 mil	5
5 mil - 15 mil	5
15 mil - 30 mil	7
mais de 30 mil	3
Total	20

Tabela 2: Distribuição do número de seguidores

O PLURALISMO POLÍTICO NOS MÉDIA: NOTAS DA CRONOLOGIA DE UMA DISCUSSÃO

Através da análise de conteúdo ao discurso publicado no Twitter uma das questões que importou colocar foi saber em que medida este espaço contribui para o pluralismo no espaço público. Como se disse anteriormente, optámos por atentar numa tema que constatámos ter sido referido: a falta do próprio pluralismo político nos média

Nos vários registos recolhidos (*tweets*, *retweets*, partilhas de *links*) várias pessoas desta *timeline* – uma pequena da “amostra” da *twittosfera* – expressaram opiniões denunciando a ausência de pluralismo nos média portugueses. Contudo, o grupo fê-lo diferentemente, como adiante pretendemos demonstrar numa sistematização que propositadamente não obedece ou coincide com a que foi elaborada para a “atividade profissional”.

Aqueles que exercem atividade política (à época em partidos da oposição) foram os que menos se pronunciaram sobre a ação dos média. Dos políticos que fazem parte da nossa *timeline*, os que detêm cargos políticos de liderança ou que se encontravam em disputa eleitoral mantiveram uma atitude distanciada face ao papel dos média. O Twitter é muito usado, sim, para a divulgação de conteúdos e mensagens marcadamente político-ideológicos (opiniões, textos ou prestações suas nos média, ações de campanha e *links* de eventos políticos, etc).

Similarmente, os que se dedicam ao jornalismo (sobretudo quem ocupa cargos de direção em órgãos de comunicação) também não discutiram incisivamente o papel dos média. O tratamento jornalístico efetuado pelos outros média, nomeadamente na abordagem da questão da falta de pluralismo político, raramente foi comentado, ainda que fossem visíveis tomadas de posição críticas do pensamento político-ideológico dominante no momento e que se observasse a defesa de causas públicas e cívicas.

Inversamente, cerca de metade da *timeline*, constituído por quem assina comentário político (de modo *freelancer*), escreve em blogues, trabalha em áreas afins à comunicação política ou leciona no ensino superior Comunicação ou da Ciência Política, frequentemente revelou acutilância na abordagem da questão da falta de pluralismo nos média, como adiante se verá. Sem surpresa, constata-se que quanto mais se é exterior ao campo iminentemente político e ou ao jornalístico mais crítico se é.

Não raramente, alguns *tweets* são motivados e/ou completados através de *links* para posts no Facebook, para blogues, para conteúdos noticiosos. Mas durante este período foram partilhadas e comentados vários artigos de opinião publicados na imprensa, nos quais se denunciava, em concreto, a ausência de pluralismo nos média em Portugal. A lógica hipertextual aqui subjacente é, aliás, uma ferramenta frequentemente utilizada e muito eficaz, dado que permite acrescentar aos 140 caracteres de cada *tweet* bastante mais informação.

No decurso da análise optou-se por desagregar três subtemas: o posicionamento ideológico do comentário político; a postura dos média e dos comentadores face à formação do atual Governo e à aprovação do Orçamento de Estado; e o tratamento jornalístico da campanha eleitoral para a eleição do Presidente da República.

Assim, sobre o primeiro subtema, 10 pessoas referiram-se clara e negativamente às opções dos canais televisivos na escolha dos comentadores, sublinhando a falta de diversidade e pluralismo ideológico no comentário político, assinalando a sobre-representação de comentadores conotados com a direita e com o anterior Governo (coligação PSD/CDS). Vejamos alguns *tweets* que o ilustram⁷:

“metade dos programas de comentário político nos canais de notícias seguem o mesmo critério de cavaco. se é de esquerda não entra”;

“comentadores canal aberto com ligações partidárias são todos PSD”;

“Dizem-me que um comentador independente, um que reclama ter uma objetividade irrepreensível, que tem um espaço sem contraditório (por ser independente, está claro) foi a um comício dar apoio a um partido;

⁷ Em consonância com a opção referida em nota anterior, não se identifica a autoria destes *tweets*, ainda que obviamente se encontrem disponíveis online.

“ Os mesmos nas tvs a dizerem o mesmo;

“Finalmente a esquerda tem um comentador em *prime time*”

Dos seis políticos, apenas dois se reportaram negativamente ao panorama do comentário e da análise política nacionais, e ainda assim através de *retweets*, tendo um deles aflorado de modo subtil a questão do pluralismo: “este debate deve fazer-nos refletir também em Portugal. A transparência e a pluralidade de opinião nunca são demais em democracia”. Contudo, três das pessoas que exercem atividade política pronunciaram-se sobre a escassa participação das mulheres no comentário político nos média (questão que foi muito referida pelos demais participantes da *timeline*, mas que no âmbito deste texto não poderá ser aprofundada).

Quanto ao segundo subtema – a postura dos média e dos comentadores face à formação do novo Governo (e ao respetivo apoio parlamentar dos partidos de esquerda) bem como à aprovação do Orçamento de Estado – os mesmos participantes da *timeline* que anteriormente denunciaram sub-representação da esquerda e falta de pluralidade ideológica no comentário político, referem-se a um *clima de opinião* por parte dos média desfavorável à “nova maioria de esquerda”. De igual modo, discute-se também a contaminação da informação pela opinião nos espaços informativos, questionam-se algumas opções editoriais e o trabalho de alguns jornalistas, em concreto. Eis alguns exemplos de *tweets*:

“Quando os jornalistas são o centro do problema. Um pequeno dedo numa grande ferida”;

“Os comentadores deviam entrar em quarentena até conhecerem o acordo para nos pouparem às suas divagações”;

“Muitos opinadores criam mais instabilidade do q um governo de esquerda. (Gomes Ferreira cria mais instabilidade d q 1 governo só do PCP); mas colunistas em peso criticam a atitude confrontacional. os factos já ã contam para nada”;

“A facilidade com que vários jornalistas e comentadores escrevem e dizem que o apoio a um governo está vedado ao PCP”;

“Muitos comentadores de jornal e TV vão precisar de um psicólogo para tratar o stress pós-traumático provocado por um Governo de esquerda”;

“Ainda me lembro dezenas artigos de opinião e comentários inflamados PSD sobre descrédito internacional se OE passasse. juros caem a pique.”;

“A desinformação que tem vindo nos jornais”.

Quanto ao subtema que se relaciona com o escrutínio da isenção dos média na campanha para as eleições presidenciais e com a igualdade de acesso dos vários candidatos aos média, também encontramos posturas diversas. Isto é, ausência de comentários por parte de quem exerce atividade política ou tem responsabilidade nos média e a restante *timeline* a declarar (alguns intervenientes reiteradamente) que os média, em particular as televisões, não estavam a fazer a cobertura jornalística da campanha de modo isento, privilegiando a candidatura de Marcelo Rebelo de Sousa em detrimento de outros candidatos. De novo, alguns *tweets* a ilustrá-lo:

“É interessante a bonomia como a maioria da comunicação social acompanha a performance de Marcelo”;

“Como se viu este fim de semana, a comunicação social já tem o seu candidato presidencial”;

“Isto vai ser uma campanha muito difícil. A@SIConline e a @tvi tudo farão para evitar que haja uma segunda volta entre Marcelo e Nóvoa”;

“No Twitter da @tvi24pt só existe um candidato em campanha, Marcelo. Parece que estamos na Venezuela. Vergonhoso”.

Por fim, note-se que nesta incursão, inegavelmente exploratória, a interação nesta “amostra” revelou-se efetivamente forte. Se é certo que as pessoas não interagem todas (com todas) nem de igual modo, denotam-se laços, inferem-se cumplicidades, constata-se interseções (também vendo “quem segue quem”). Porque há nesta *timeline* um espaço político ideológico que é partilhado, manifesta-se discordância, como seria expectável, essencialmente com as ideias expressas nos *tweets* advindos de outras áreas ideológicas, nomeadamente da designada “*timeline* de direita”, sendo que

se observam respostas, argumentações e contra-argumentações (bem como o diálogo e a divergência com quem não tem notoriedade no espaço público). Mas, por vezes, essa discordância só se tornou possível porque houve alguém da (sua) *timeline* que através de um *retweet* ou da partilha de um *link* (para uma notícia, um *post* num *blog*...) desencadeou o debate.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se é possível que a emergência das redes sociais tenha democratizado o espaço público, no sentido também de o tornar mais plural, não é seguro que o tenha tornado mais transparente e talvez o tivesse tornado menos inteligível, pelo menos para quem o estuda. Neste sentido, a invisibilidade é uma incapacidade do investigador, que porventura também ainda não dispõe de reflexão ao nível epistemológico ou de ferramentas metodológicas que acompanhem a ação comunicativa que decorre nestes novos contextos.

Alguns destes lugares, como a “*twittosfera* política”, são de uma visibilidade ilusória. Ainda que seja significativa a “audiência” de certos protagonistas, está longe de ser evidentemente um meio massificado ao qual todos possam aceder ou participar de igual forma. Mas tal não significa que não seja social e politicamente influente. Neste sentido, é ilusória a sua invisibilidade e só ilusoriamente se pode pensar que os debates políticos que aí se travam são invisíveis.

Como Castells notou, o papel dos média para a qualidade da democracia também se afere pela expressão do pluralismo e da diversidade, pois “fora da esfera dos média existe apenas marginalidade política” (Castells, 2003, p. 380). Na verdade, continuamos a deparar-nos com uma pluralidade e uma diversidade de vozes mitigadas, distantes que já estamos da promessa de um espaço público mais alargado. Aliás, o “efeito bolha”, resultante da personalização e da seleção algorítmica que as redes sociais praticam, ameaça de novo um certo “fechamento”. Já não se ajusta só a informação/conteúdos aos interesses de cada um, sugere-se-lhe também com quem interagir. Este “fechamento sobre nós” ou na nossa “aldeia” certamente não deixará de ter repercussões na esfera pública.

E no entanto, no âmbito desta pesquisa encontramos algum lugar e visibilidade para os discursos mais contracorrente, para os mais críticos das correntes do pensamento dominante. Vozes que sem este meio talvez não fossem audíveis ou sê-lo-iam mais dificilmente. Não obstante os limites e as inegáveis ligações de proximidade aos média tradicionais,

tratando-se muitas vezes de um seu prolongamento, comparativamente a estes parece existir uma maior representação de algumas correntes ideológicas, de outros grupos ou categorias sociais. O próprio ambiente da plataforma propicia o encontro, a discussão, a inclusão. A “conversação”, sendo, sobretudo, entre pares, não deixa de permitir a participação e a entrada de “pessoas de fora”. Assim considerada, é uma esfera alternativa, no sentido que também Dahlgren (2005) lhe atribuiu. A contraposição de opiniões e o diálogo ideológico (em sentido amplo) que a rede permite introduz alguns aspetos significativamente novos que potenciam o pluralismo e diversidade nos média e, conseqüentemente, a democraticidade do espaço público. Nesta medida, dão-se alguns passos rumo a um pluralismo mediático, entendido enquanto contestação às estruturas e discursos hegemónicos, promovendo uma distribuição mais democrática de poder comunicativo na esfera pública (Karpinnen, 2009, p. 167). E, neste sentido, vai-se também ao encontro da ideia de que a internet tem “efeitos transformativos na esfera pública que potencialmente – ou já mesmo – têm um grande significado político e democrático” (Baker, 2007, p. 98).

Em suma, com as limitações que assinalámos, observámos um espaço dentro de um meio a escrutinar outros média, nomeadamente quanto a questões que se relacionam com o próprio pluralismo, pessoas de correntes ideológicas minoritárias em divergência, inúmeras vias de acesso a conteúdos diversos (como os da imprensa internacional) e a visões alternativas (como as da *blogosfera*). Ora, tal já não serão só “os média repetindo os média, imitando os média”, como disse Ramonet (1999, p. 39). Talvez seja agora a *twittosfera* a ser também um lugar de visibilidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albrecht, S. (2006). Whose voice is heard in online deliberation? A study of participation and representation in political debates on the Internet. *Information, Communication & Society*, 9(1), 62-82.
- Baker C. E. (2007). *Media concentration and Democracy – why ownership matters*. Cambridge: University Press.
- Barriga, A. C. (2007). *Media, política e opinião: uma tríade complexa: uma abordagem à opinião publicada em Portugal*. Tese de doutoramento, ISCTE-IUL Instituto Universitário de Lisboa, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10071/1381>

- Barriga A. C. (2009). A emergência de um subcampo: tentativa de conceptualização da atividade do colunista. *Trajetos - Revista de Comunicação, Cultura e Educação*, 16, 37-52.
- Barriga, A. C. (2015a). Uma exploração à opinião na twittosfera: entre e discussão política e a privatização do público. In J. R. Carvalheiro (Ed.), *Público e Privado nas Comunicações Móveis* (pp. 159-180). Coimbra: Minerva Coimbra.
- Barriga, A. C. (2015b). O debate político nas contra-esferas públicas: como se discute em 140 caracteres. *Média & Jornalismo*, [Vol. Especial], 111-126.
- Beck, K. (2016, 23 de março). Twittar o terror: estão os media a publicitar o terrorismo?. *Observatório Europeu do Jornalismo*. Retirado de <http://pt.ejo.ch/jornalismo/etica-e-deontologia/twittar-o-terror-estao-os-media-a-publicitar-o-terrorismo>
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (1999). *Understanding new media*. Cambridge: The MIT Press.
- Carlin, D., Schill, D. Levasseus & D. King, A. (2005). The post-9/11 public sphere: citizen talk about the 2004 presidential debates. *Rhetoric and Public Affairs*, 8(4), 617-638.
- Castells, M. (2001). *The internet galaxy*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (2003). *A era da informação: economia, sociedade e cultura (Vol.II) – O poder da Identidade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Correia, J. C. (2014). O papel das redes digitais na configuração epistemológica dos debates de sociedade. *Estudos em Comunicação*, 15, 77-92.
- Dahlberg, L. (2001). The Internet and democratic discourse: exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, 4, 615-633.
- Dahlgren, P. (1991). Introduction. In P. Dahlgren & C. Sparks (Eds.), *Communication and Citizenship: Journalism and Public Sphere* (pp. 1-24). London: Routledge.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22, 147-162.
- Driscoll, K. & Walker, S. (2014), Working within a black box. transparency in the collection and production of big twitter data. *International Journal of Communication*, 8. Retirado de <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2171>
- Ess, C. M. & Dutton, W. D. (2013). Internet studies: perspectives on a rapidly developing field, *New Média & society*, 15(5), 633-643.

- Gitlin, T. (1998). Public sphere or public sphericules? In T. Liebes & J. Curran J. (Eds), *Média, Ritual and Identity* (pp.168-175). London: Routledge.
- Graham, M., Hale, S. A. & Gaffney, D. (2014). Where in the world are you? geolocation and language identification in twitter. *Professional Geographer*, 66(4), 568-578.
- Guerreiro, P. (2015, 13 de março). Twitter oficializa entrada em Portugal. *Sol*. Retirado de <http://sol.sapo.pt/noticia/126984>
- Guerreiro, P. (2016, 21 de março). O Twitter e a busca pelo amor no lugar errado. *Público*. Retirado de <https://www.publico.pt/tecnologia/noticia/o-twitter-e-a-busca-pelo-amor-no-lugar-errado-1726827>
- Hackett, R. (1999). Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In N. Traquina (Ed.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”* (pp. 101-130). Lisboa: Veja.
- Hassan, R. (2009). Crisis time: networks, acceleration and politics with in late capitalism. *Reseting Theory*. Retirado de <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=618>
- Hassan, R. (2013). Networked time and the “common ruin of the contending classes”. *Triple C*, 11(2), 359-374.
- Hassan, R. (2014). A temporalized internet. *The Political Economy of Communication*, 2(1), 3-16. Retirado de <http://www.polecom.org/index.php/polecom/article/view/27/202>
- Karppinen, K. (2007). Against naïve pluralism in media politics: on the implications of the radical pluralist approach to the public sphere. *Media Culture and Society*, 29 (3), 495-508.
- Karppinen, K. (2009). Rethinking media pluralism and communicative abundance. *Observatorio (OBS*) Journal*, 3, 151-169.
- Kellner, D. (1999). Globalisation from below? Toward a radical democratic technopolitics. *Angelaki, Journal of the Theoretical Humanities*, 4(2), 101-113.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. New York: University Press.
- Lévy, P. (2002). *Cyberdémocratie*. Paris: Éditions Odile Jacob.
- Lopes, M. J. (2015, 31 de março). Rui Tavares é o político mais influente no Twitter, revela estudo. *Público*. Retirado de <https://www.publico.pt/politica/noticia/rui-tavares-e-o-politico-mais-influente-no-twitter-segundo-estudo-1690834>

- Moore, R. (1999). Democracy and cyberspace. In B. Hague B. & B. Loader B (Eds), *Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age* (pp. 39-62), London: Routledge.
- Morgan, J.M. B. (2015, 9 de março). Comment les sympathisants de l'EI utilisent-ils Twitter?. *Le Monde*. Retirado de http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/03/09/une-etude-fait-le-point-sur-l-usage-de-twitter-par-les-sympathisants-de-l-ei_4589718_4408996.html
- Noveck, B. S. (1999). Transparent space: law, technology and deliberative democracy in the information society. *Journal for Cultural Research*, 3, 472-491.
- Papacharissi, Z. (2002). The Virtual Sphere: the internet as a public sphere. *New Média & Society*, 4, 9-27.
- Patterson, T. (2010). Media abundance and democracy. *Media & Jornalismo*, 17, 13-29.
- Pickard, V.W. (2006). Assessing the radical democracy of media: discursive, technical, and institutional constructions. *Critical Studies in Media Communication*, 23(1), 19-38.
- Ramonet, I. (1999). *A Tirania da comunicação*. Porto: Campo das Letras.
- Recuero, R. & Zago, G. (2009). Em busca das “redes que importam” – redes sociais ec Social no Twitter. Compós. Retirado de http://www.compos.org.br/data/trabalhos_arquivo_coirKgAeuzows.pdf
- Rosa, H. (2013). *Social acceleration: a new theory of modernity*. USA: Columbia University Press.
- Silva E. C. (2012). *Pluralismo e diversidade nos média em Portugal – A blogosfera política em rede*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/24540/1/Maria%20Elsa%20Sousa%20Costa%20e%20Silva%20de%20Morais.pdf>
- Slevin, J. (2000). *The internet and society*. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Virilio, P. (1995). Speed and information cyberspace alarm! *Ctheory*, 27. ARetirado de http://www.ctheory.net/text_file.asp?pick=72
- Williams, R. & Edge, D. (1996). The social shaping of technology. In W. H. Dutton (Ed.), *Information and communications technologies: Visions and realities*. Oxford: Oxford University Press.

OUTRAS REFERÊNCIAS

- Barthel, M., Shearer, E., Gottfried, J. & Mitchell, A. (2015). The Evolving Role of News on Twitter and Facebook. Retirado de <http://www.journalism.org/2015/07/14/the-evolving-role-of-news-on-twitter-and-facebook/>
- Breyner, J. (2014). Can twitter survive in a facebook world? Retirado de <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/06/11/can-twitter-survive-in-a-facebook-world-the-key-is-being-different/>
- Cardoso, G., Mendonça S., Lima T., Paisana, M. & Neves M. (2014). A Internet em Portugal – sociedade em rede 2014. Publicações OberCom.
- Cardoso, G., Mendonça S., Lima, T. & Paisana, M., (2015). A internet e o consumo de notícias em Portugal 2015. Publicações OberCom.
- Cádima, F. R. , Silva. M. T. & Martins, L. O. (2016). Media Pluralism Monitor 2015. Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF). Retirado de <http://monitor.cmpf.eui.eu/mpm2015/results/portugal/>
- Carrascosa, J. M., Cuevas, R., Gonzalez, R., Azcra, A. & Garcia, D. (2015). Quantifying the economic and cultural biases of social media through trending topics. Retirado de https://www.researchgate.net/publication/281817513_Quantifying_the_Economic_and_Cultural_Biases_of_Social_Media_through_Trending_Topics
- Duggan, M., Ellison, N., Lampe, C., Lenhart, A. & Madden, M. (2014). Social media update 2014. Retirado de <http://www.pewinternet.org/2015/01/09/social-media-update-2014/>
- Magalhães, P. (2015, 15 setembro). Passos V. Costa no Twitter [Post em blogue]. Retirado de <http://www.pedro-magalhaes.org/passos-v-costa-no-twitter/>
- Mitchel, A. & Hitlin, P. (2013). Twitter reaction to events often at odds with overall public opinion. Retirado de <http://www.pewresearch.org/2013/03/04/twitter-reaction-to-events-often-at-odds-with-overall-public-opinion/>
- Perrin, A. (2015). Social Media Usage: 2005-2015. Retirado de <http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>

Citação:

Barriga, A. (2017). Sobre a ausência de pluralismo nos média: como observar a invisibilidade do debate político nos novos média? In A. Moreira, E. Araújo & H. Sousa (Eds.), *Comunicação e Política: tempos, contextos e desafios* (pp. 21-43). Braga: CECS.