

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

Ana Cristina Peron

**CONEXÕES ENTRE A ESFERA PÚBLICA NO AMBIENTE DOS CAFÉS DO  
SÉCULO XVIII E DA INTERNET NO SÉCULO XXI**

Florianópolis

2019

Ana Cristina Peron

**CONEXÕES ENTRE A ESFERA PÚBLICA NO AMBIENTE DOS CAFÉS DO  
SÉCULO XVIII E DA INTERNET NO SÉCULO XXI**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de graduação em História, do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito para obtenção do grau de Bacharel/Licenciado em História

Orientador: Prof. Dr. João Klug

Florianópolis

2019

Peron, Ana Cristina

Conexões entre a esfera pública no ambiente dos cafés do século XVIII e da internet no século XXI / Ana Cristina Peron ; orientador, João Klug, 2019.

69 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Graduação em História, Florianópolis, 2019.

Inclui referências.

1. História. 2. Cafés públicos. 3. Internet. 4. Esfera pública. 5. Circulação de Informações. I. Klug, João. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em História. III. Título.



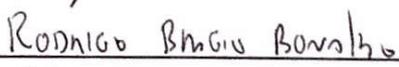
Universidade Federal de Santa Catarina  
Centro de Filosofia e Ciências Humanas  
Curso de Graduação em História

### ATA DE DEFESA DE TCC

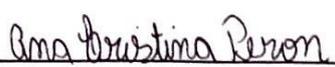
Aos três dias do mês de julho do ano de dois mil e dezenove , às 15 horas e 00 minutos, na Sala 10 do departamento de História, reuniu-se a Banca Examinadora composta pelos seguintes membros, Prof. Dr: João Klug (Orientador(a) e Presidente); Prof. Dr: Rodrigo Bragio Bonaldo (Titular); Ms Esther Mayara Zamboni Rossi (Suplente), designados pela Portaria Tcc nº 61/HST/CFH/2019, a fim de arguirm sobre o Trabalho de Conclusão de Curso da Acadêmica Ana Cristina Peron, intitulado: **“Conexões entre a esfera pública no ambiente dos cafés do século XVIII e da internet no século XXI”**. Aberta a Sessão pelo(a) Senhor(a) Presidente, a Acadêmica expôs o seu trabalho. Terminada a exposição dentro do tempo regulamentar, a mesma foi arguida pelos membros da Banca Examinadora e, em seguida, prestou os esclarecimentos necessários. Após, foram atribuídas, pelos membros da banca as seguintes notas, Prof. Dr: João Klug, nota 10, Prof. Dr: Rodrigo Bragio Bonaldo, nota 10,0, Ms Esther Mayara Zamboni Rossi, nota 10,0, sendo a acadêmica aprovada com a nota final 10,0. A acadêmica deverá entregar na Coordenadoria do Curso de Graduação em História em versão digital, o Trabalho de Conclusão de Curso em sua forma definitiva, até o dia 10 de julho de 2019. Nada mais havendo a tratar, a presente ata será assinada pelos membros da Banca Examinadora e pela candidata.

Florianópolis, 03 de julho de 2019

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr: João Klug (Orientador(a))

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr: Rodrigo Bragio Bonaldo (Titular)

  
\_\_\_\_\_  
Ms Esther Mayara Zamboni Rossi (Suplente)

  
\_\_\_\_\_  
Ana Cristina Peron (Acadêmica)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA  
Campus Universitário Trindade  
CEP 88.040-900 Florianópolis Santa Catarina  
FONE (048) 3721-9249 - FAX: (048) 3721-9359

Atesto que a acadêmica Ana Cristina Peron, matrícula n.º 15101707, entregou a versão final de seu TCC cujo título é **Conexões entre a esfera pública no ambiente dos cafés do século XVIII e da internet no século XXI**, com as devidas correções sugeridas pela banca de defesa.

Florianópolis, 08 de julho de 2019.

  
Prof. Dr. João Klug  
Orientador(a)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao professor João Klug, por todas as orientações, incentivos e confiança que tem me concedido desde meu primeiro semestre de graduação. Sem ele o meu percurso no curso de História teria sido muito mais tortuoso.

À minha mãe e ao meu pai, por serem minha maior fonte de inspiração e segurança, por demonstrarem amor e incentivo incondicionais, e por me apoiarem financeiramente e emocionalmente em todo o meu período de estudo.

Ao meu namorado, por estar disposto a fornecer qualquer tipo de ajuda em todos os momentos, por ter a capacidade incrível de me animar e sempre acreditar em mim, até mesmo quando eu não acredito.

Ao meu irmão e familiares por todas as palavras de incentivo e de compreensão que me deram forças.

Às minhas amigas e amigos, por tornarem meus dias mais felizes.

A todas as professoras, professores e colegas que fizeram parte da minha trajetória escolar e acadêmica e me auxiliaram de diversas formas.

E à minha psicóloga, por ter ajudado a me tornar uma pessoa melhor, mais confiante e, assim, ter encarado de uma forma saudável a escrita deste trabalho.

## RESUMO

O presente trabalho se propõe a fazer uma análise comparativa entre os cafés públicos da cidade de Londres dos séculos XVII e XVIII e a internet no século XXI enquanto espaços públicos. São feitas conexões entre os seguintes aspectos dos dois espaços: sociabilidade, o estabelecimento de redes de circulação de informações, o papel da imprensa e o potencial de enquadramento dos cafés e do ciberespaço como esfera pública política. Para isso, a pesquisa tem como embasamento os conceitos de público e privado de Hannah Arendt e as reflexões de Jürgen Habermas sobre o que configura a esfera pública. As analogias traçadas para detectar semelhanças e distanciamentos são elaboradas por meio do uso de fontes de periódicos, diários e panfletos dos séculos XVII e XVIII e notícias de jornais, websites e redes sociais do século XXI. As fontes selecionadas sobre a internet têm em comum o tema das eleições presidenciais de 2018 no Brasil por serem relevantes no período de produção da pesquisa. Os resultados da análise comparativa apontam para aproximações dos dois espaços como amplificadores das discussões públicas e da disseminação de informações e para um distanciamento quanto à diversidade e autonomia presentes nos dois processos.

**Palavras-chave:** Cafés públicos. Internet. Esfera pública. Circulação de informações. Análise comparativa.

## ABSTRACT

This paper intends to do a comparative analysis between coffee houses in the city of London in the XVII and XVIII centuries and the internet in the XXI century, as public spaces. Connections between the following aspects in each space are made: sociability, the establishment of information circulation networks, the role of the press and the potential for understanding of the coffee houses and the cyberspace as public political spheres. For this effort, the research uses as base the public and private concepts from Hannah Arendt and the reflexions from Jürgen Habermas about what configures the public sphere. The analogies used to detect similarities and differences are elaborated using sources from newspapers, diaries and pamphlets from the XVII and XVIII centuries, and from news, websites and social networks of the XXI century. The internet sources selected have in common the Brazilian 2018 presidential election theme, for being relevant at the time of the research's creation. The comparative analysis results point to proximities between the two spaces as amplifiers for the public debates and the spread of information and for a distancing in relation to the diversity and autonomy present in both processes.

**Keywords:** Coffee houses. Internet. Public sphere. Information circulation. Comparative analysis.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - Lista dos trending topics do Brasil em 9/6/2019 e lista de tuítes que citam a palavra-chave VazaJato .....	49
FIGURA 2 - “How our energy needs are changing, in a series of interactive charts” (Como nossas necessidades de energia estão mudando, numa série de gráficos interativos). Publicidade nativa paga pela Chevron e publicada no The New York Times. ....	54

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2. CAPÍTULO 1: Dos cafés à internet – Uma discussão sobre o espaço público e privado nos séculos XVIII e XXI</b> .....	14
2.1 O que é público e privado? .....	15
2.2 Mudança estrutural da esfera pública na modernidade.....	16
2.3 O papel da imprensa na esfera pública .....	28
2.4 A internet como potencial esfera pública.....	31
<b>3. CAPÍTULO 2: Da circulação de informações a ações políticas</b> .....	39
3.1 Os cafés como rede de informações .....	39
3.2 A internet como nova estrutura da rede de informações .....	48
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	64
<b>5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	66

## 1. INTRODUÇÃO

O compartilhamento de experiências, informações e opiniões com outros indivíduos é algo natural para o ser humano, pois ajuda a conferir um status de realidade para algo que antes só existia em seus próprios pensamentos. Não só pelo processo de organizar ideias para elaborar uma narrativa para terceiros, mas também porque confere materialidade a algo originalmente abstrato. Por meio do ato de testemunhar a fala ou a escrita de outra pessoa e dar o retorno à informação expressa, são criados referenciais, conflitos e consensos. Esse processo de exposição e troca faz parte tanto da nossa constituição pessoal como seres humanos quanto da construção de uma sociedade, pois não existe convivência coletiva sem um mínimo de discussão de ideias e de estabelecimento de normas que irão reger o grupo.

O espaço que as pessoas utilizam para discutir aquilo que é de interesse comum é denominado esfera pública, enquanto o grupo de indivíduos que toma as decisões pela coletividade é o que chamamos de poder público. Ao longo do tempo, existiram diferentes configurações de funcionamento da esfera pública e sua relação com o poder público. Neste trabalho, buscaremos traçar paralelos entre o espaço público em dois contextos diferentes: no ambiente dos cafés ingleses dos séculos XVII e XVIII, e na internet no século XXI.

O interesse em pesquisar sobre este assunto e conectar os dois momentos históricos tem origem em minha trajetória acadêmica pessoal. Antes de ingressar no curso de História, frequentei por três anos o curso de Jornalismo da UFSC. Por causa disso, as formas de comunicação em diferentes épocas e locais me despertam curiosidade. E como o jornalismo trabalha com fatos do presente, a internet está frequentemente em pauta, seja como notícia ou como suporte para os meios de comunicação. Ao estudar a esfera pública moderna que se desenvolveu dentro dos cafés, minha proximidade com as mídias digitais possibilitou que eu encontrasse semelhança entre os dois.

Foi então que surgiu a possibilidade de fazer uma pesquisa utilizando a história comparada. O historiador José D'Assunção Barros fala justamente de como problemas de pesquisa podem surgir para os historiadores a partir de suas observações comparativas:

Antes de mais nada, consideraremos que comparar é uma forma específica de propor e pensar as questões. Frequentemente nos defrontamos com esta forma intuitiva de abordagem quando nos deparamos na vida cotidiana com situações novas, e neste caso a comparação nos ajuda precisamente a compreender a partir de bases mais conhecidas e seguras aquilo que nos é apresentado como novo, seja identificando semelhanças ou diferenças (2014, p. 17).

A primeira semelhança percebida foi que tanto os cafés quanto a internet funcionam como espaço de sociabilidade. São locais onde as pessoas se encontram para conversar e trocar informações. A partir dessa troca e da constituição de nichos, redes de informações foram estabelecidas e, com o tempo, passaram a desenvolver influência no processo de deliberação política. Além disso, em ambos os locais a imprensa está presente como parte importante de seu funcionamento.

Partindo dessas percepções, nos propomos neste trabalho a estabelecer conexões entre os cafés e a internet em um duplo movimento: demonstrar que a internet não é um fenômeno inédito quando se trata da existência de rede de informações, e discutir se, da mesma forma que os cafés, ela configura uma transformação do espaço público com potencial para ser utilizada em deliberações políticas. Assim, procuraremos estabelecer aproximações e distanciamentos entre os dois por meio de um método comparativo entre duas realidades distantes no espaço e no tempo:

A comparação neste momento – diante do desafio ou da necessidade – impõe-se como método. Trata-se de iluminar um objeto ou situação a partir de outro, mais conhecido, de modo que o espírito que aprofunda esta prática comparativa dispõe-se a fazer analogias, a identificar semelhanças e diferenças entre duas realidades, a perceber variações de um mesmo modelo (*Idem*).

Para isso, nos basearemos nas reflexões do filósofo alemão Jürgen Habermas sobre a esfera pública e as mudanças estruturais que ela sofreu durante a modernidade. Ele nos fornecerá aporte teórico para estabelecer as conexões entre os cafés e a internet como espaços pertencentes à esfera pública. Também nos utilizaremos de trabalhos que exploram o assunto dos cafés, como os de Brian Cowan e Tom Standage, e de autores que já pesquisaram o papel da internet na sociedade atual, como Pierre Lévy, Valéria Marcondes e Raquel Recuero.

No primeiro capítulo, discutiremos os conceitos de público e privado de acordo com Habermas e Hannah Arendt para em seguida tratarmos do que o autor alemão chamou de mudança estrutural da esfera pública. Essa contextualização se fará necessária para entender como os cafés estavam inseridos na dinâmica das discussões públicas. A partir disso, trataremos brevemente da história da internet e se suas características têm potencial de enquadrá-la como esfera pública política. Também iremos descrever como a imprensa funcionava, inicialmente, como amplificadora dos debates públicos e como na medida em que passou a pautar assuntos privados, sua função foi alterada.

No segundo capítulo, faremos as conexões propriamente ditas. Iniciaremos analisando fontes provenientes dos cafés, como panfletos, relatos e periódicos. Por meio delas pretendemos compreender como funcionava a rede de informações dos cafés e os debates públicos em

comparação com a internet. Em seguida, traçaremos paralelos dos cafés com a internet por meio da utilização de fontes de jornais e de redes sociais, tendo como principal tema as eleições presidenciais de 2018. O assunto foi escolhido porque o papel da internet no pleito tem potencial de associação com os debates políticos dos cafés e por sua relevância no momento em que este trabalho foi produzido.

Por fim, consideramos importante ressaltar que os aspectos que selecionamos para estabelecer as conexões são apenas uma parcela das aproximações possíveis entre os dois espaços públicos. Escolhemos apenas aqueles que consideramos mais condizentes com a presente pesquisa, e temos a intenção de aprofundar o escopo de comparações em trabalhos futuros.

## 2. CAPÍTULO 1: Dos cafés à internet – Uma discussão sobre o espaço público e privado nos séculos XVIII e XXI

Desde que nascem, os seres humanos são apresentados a dois ambientes separados onde viverão suas vidas: suas casas e o mundo fora delas. Aprendem que dentro das quatro paredes estarão seguros e que lá suas necessidades básicas serão supridas. Também são ensinados que quando saem dos limites da residência as regras são outras, pois é um espaço coletivo que se presta a funções diferentes. As pessoas precisam de um espaço que atenda suas necessidades privadas e outro em que possam expressar aquilo que é ou possa ser de interesse público. Essa divisão passou por diferentes configurações ao longo da história. O entendimento do papel dos cafés nos séculos XVII e XVIII e da internet no século XXI passa pela discussão do que é público e privado. Por isso, nos dedicaremos a esses conceitos no início deste trabalho.

Desde a Grécia Antiga que se pensa na natureza humana e como seu desenvolvimento em sociedade requer diferentes tipos de vivências. De acordo com Hannah Arendt, com o surgimento da cidade-Estado, o entendimento era de que a organização política pertencia a outra esfera da vida que não é a mesma da família: “Agora cada cidadão pertence a duas ordens de existência; e há uma grande diferença em sua vida entre aquilo que lhe é próprio (*idion*) o que é comum (*koinon*)” (2010, p. 33).

À esfera da família pertenciam as atividades relativas à manutenção da vida enquanto na *polis* eram exercidas práticas pertinentes ao mundo comum. Os homens precisavam da esfera familiar porque tinham carências que não seriam atendidas senão pela companhia de outros. Portanto, era a necessidade que governava o lar. Dentro dele, existia uma hierarquia em que o chefe da família comandava de forma incontestável. Em contraste, na *polis* havia uma superação das necessidades humanas que possibilitava exercer a política por meio da ação (*práxis*) e do discurso (*lexis*) (ARENDR, 2010). Essas duas atividades se referiam a tudo que fosse além do apenas necessário e levavam os homens à liberdade:

A *polis* diferenciava-se da família pelo fato de somente conhecer ‘iguais’, ao passo que a família era o centro da mais severa desigualdade. Ser livre significava ao mesmo tempo não estar sujeito às necessidades da vida nem ao comando de outro e também não comandar. Não significava domínio, como também não significava submissão (ARENDR, 2010, p. 41).

O pensamento grego é a base para pensar naquilo que é público e privado, e o que significa fazer política num espaço que é, teoricamente, comum a todos. No entanto, o domínio das duas esferas, quem participa de cada uma e que lugar elas ocupam na sociedade passaram por transformações ao longo dos séculos. A ascensão da burguesia com a consequente

emergência da esfera pública moderna representou um momento de virada dos conceitos de público e privado. Outra circunstância que alterou o significado destes conceitos foi o surgimento dos meios de comunicação de massa. No presente, vivenciamos a máxima expressão deste fenômeno com a internet, que parece ter borrado os limites entre aquilo que é íntimo e o que pode ou deve ser publicitado.

## 2.1 O que é público e privado?

Antes de abordar estas transformações, discutiremos as duas acepções elaboradas por Arendt para o termo “público” e sua conceituação sobre o que é “privado”, pois essa discussão será relevante ao longo deste trabalho. A primeira definição da autora sobre o que é “público” tem a ver com a percepção de que aquilo que não é visto não existe: “Significa, em primeiro lugar, que tudo o que vem a público pode ser visto e ouvido por todos e tem a maior divulgação possível. Para nós, a aparência – aquilo que é visto e ouvido pelos outros e por nós mesmos – constitui a realidade” (2010, p. 59).

A autora reflete que sentimentos, emoções e pensamentos só fazem sentido quando compartilhados, porque quando estão restritos à intimidade “vivem uma espécie de existência incerta e obscura” (*Idem*). Quando são expressos para outras pessoas, sofrem uma transformação que os adequa à aparição pública. O ouvir e olhar dos outros para aquilo que antes só nós podíamos ver e ouvir nos garantem a realidade do mundo. Por mais intensa que uma sensação possa ser, se ela ficar restrita ao interior do ser humano, sua percepção de realidade fica comprometida (*Idem*, p. 60).

É com essa restrição à subjetividade que a acepção original de “privação” tem a ver:

Para o indivíduo, viver uma vida inteiramente privada significa, acima de tudo, ser destituído de coisas essenciais à vida verdadeiramente humana: ser privado da realidade que advém do fato de ser visto e ouvido por outros, privado de uma relação “objetiva” com eles decorrente do fato de ligar-se e separar-se deles mediante um mundo comum de coisas, e privado da possibilidade de realizar algo mais permanente que a própria vida (*Idem*, p. 68).

Ou seja, privado é aquilo que acontece na ausência de outros porque não tem relevância ou consequência para terceiros. Isso não quer dizer que a vida privada não tem importância em si, pois é no espaço da casa que cada indivíduo se desenvolve e se torna apto a participar do espaço público.

O segundo significado do termo “público” se refere ao mundo que é comum a todas as pessoas e que é produto da ação humana. É o espaço compartilhado que, ao mesmo tempo, separa e cria conexões entre os seres humanos:

Conviver no mundo significa essencialmente ter um mundo de coisas interposto entre os que nele habitam em comum, como uma mesa se interpõe entre os que se assentam ao seu redor: pois, como todo intermediário, o mundo ao mesmo tempo separa e estabelece uma relação entre os homens (*Idem*, p. 62).

Entendendo o espaço público como algo que é de todos, é necessário, também, que seja utilizado com o propósito de preservar aquilo que determinada sociedade considera importante para o seu futuro. Arendt afirma que “Durante muitas eras antes de nós – mas já não agora – os homens ingressavam na esfera pública por desejarem que algo seu, ou algo que tinham em comum com outros, fosse mais permanente que as suas vidas terrenas” (2010, p. 65).

Para nós também é importante saber como o filósofo Jürgen Habermas entende o conceito de “público”, pois nos basearemos nele para falar do surgimento da esfera pública ao decorrer deste trabalho. O autor define público de maneira próxima às duas acepções de Arendt:

Denominamos “públicos” aqueles eventos que, em oposição às sociedades fechadas, são acessíveis a todos – do mesmo modo que falamos de praças públicas ou casas públicas. Já o discurso sobre “edifícios públicos” não implica apenas sua acessibilidade universal – não precisam necessariamente estar abertos à frequência pública; eles abrigam simplesmente as instalações do Estado, e, como tais, são públicos. O Estado é o “poder público”. Ele deve esse atributo à publicidade de sua tarefa: cuidar do bem comum público de todos os cidadãos (HABERMAS, 2014, p. 94).

Habermas, assim como Arendt, entende que aquilo que é público está visível em espaços compartilhados, é aquilo que um sujeito torna acessível para outros cidadãos. Também aponta que as instalações do governo também são públicas porque dizem respeito a assuntos que são comuns a toda sociedade. Apesar de não ter exatamente o mesmo significado da segunda acepção de Arendt, existe uma semelhança ao passo que o Estado é uma construção humana e é compartilhado por todos. O autor ainda define que o “poder público” pertence ao Estado porque é ele quem deve cuidar de assuntos relativos à coletividade.

## **2.2 Mudança estrutural da esfera pública na modernidade**

Feita a discussão do conceito de “público”, passaremos a tratar da mudança da esfera pública na modernidade iniciando com o período medieval, quando a preocupação partilhada sobre o futuro não estava no plano político – como era na Antiguidade –, mas sim no divino. De acordo com Arendt, nesse período a Igreja Católica assumiu o antigo espaço público da cidadania, o que distanciou os cidadãos privados da participação política. Os cristãos se reuniam com os objetivos comuns de pensar na vida extraterrena e em como as atividades mundanas estavam conectadas a ela. Individualmente, como pessoas privadas, todos tinham os mesmos

interesses materiais e espirituais. Essa ótica cristã acabou por transferir as atividades humanas para o ambiente familiar.

Quanto à administração pública, era necessário que alguém se encarregasse dela para que os negócios pessoais pudessem ser preservados. Arendt reflete como a atitude de entrar para negócios políticos era um ato arriscado e restrito para poucos:

A coragem, portanto, tomou-se a virtude política por excelência, e só aqueles que a possuíam podiam ser admitidos a uma associação dotada de conteúdo e finalidade políticos e que por isso mesmo transcendia o mero companheirismo imposto a todos – escravos, bárbaros e gregos – pelas exigências da vida (ARENDR, 2010, p. 45-46).

A noção de bem comum zelado por um indivíduo que teve coragem de deixar as atividades do lar para cuidar dos negócios da cidade indica a inexistência de uma esfera pública política. Arendt aponta que esse “inchaço” da esfera privada acabou por criar uma enorme distância entre a vida protegida do lar e os assuntos relativos à *polis*:

O que distingue da realidade moderna esta atitude essencialmente cristã em relação à política não é tanto o reconhecimento de um “bem comum” quanto a exclusividade da esfera privada e a ausência daquela esfera curiosamente híbrida que chamamos de “sociedade”, na qual os interesses privados assumem importância pública (*Idem*, p. 44-45).

Este cenário composto por um fosso entre a esfera pública e a privada começa a ser alterado por volta do século XVII dentro de um processo que Jürgen Habermas chama de mudança estrutural da esfera pública. O autor reflete que a burguesia começou a frequentar novos locais, consumir novas mercadorias e a mudar o quadro político europeu a partir de transformações que começaram no ambiente doméstico. Sua tese, com a qual concordamos, é que o desenvolvimento do capitalismo provocou nos indivíduos um novo olhar sobre si e impulsionou a classe burguesa a formar uma esfera pública literária que posteriormente se tornaria política (HABERMAS, 2014).

Para compreender esse processo, é oportuno entrar nas casas burguesas antes de olhar para os espaços compartilhados. A arquitetura das residências passou por uma importante mudança de estilo quando comparada aos séculos anteriores. O historiador alemão Wilhelm Heinrich Riehl faz uma descrição de como eram as casas burguesas europeias no século XVIII:

Nas casas modernas das grandes cidades, quase todos os espaços funcionais da "grande casa" foram limitados a uma medida mínima: os amplos vestíbulos foram reduzidos a um corredor estreito e mesquinho; na cozinha profanada, movem-se apenas as criadas e as cozinheiras, em vez da família e do espírito da casa. Mas os pátios sobretudo (...) tornaram-se espaços estreitos, úmidos e malcheirosos (...). Se olharmos para o interior de nossas casas, veremos que a “sala da família”, isto é, o lugar comum para o homem e a mulher, as crianças e os serviçais, tornou-se cada vez menor, quando não desapareceu completamente. Em contrapartida, os quartos específicos para cada membro da família tornaram-se cada vez mais numerosos e

decorados singularmente. O isolamento dos membros da família, mesmo no interior da casa, é considerado algo bom (RIEHL *apud* HABERMAS, 2014, p. 166).

A primeira conclusão que podemos tirar deste trecho é que os espaços destinados à convivência familiar diminuíram em proveito dos cômodos de uso individual. Áreas como a cozinha, o vestíbulo e a sala passaram a ocupar apenas um espaço funcional para atender às necessidades a que se destinam, sem muito espaço para que pessoas o frequentem confortavelmente. Enquanto isso, os quartos recebiam mais atenção e eram alvo de decoração para personalizar o ambiente em que se passava mais tempo. O autor também ressalta que a substituição da convivência familiar por vivências solitárias era considerada positiva<sup>1</sup>.

A transformação das residências é resultado do que Habermas chamou de privatização da vida no espaço da família conjugal patriarcal. Ele entende que o processo teve relação direta com o trabalho e com a circulação de mercadorias. À medida que os comerciantes enriqueceram, seu poder de decisões econômicas também aumentou e, conseqüentemente, o poder do Estado diminuiu. Com isso, cresceu a sensação de autonomia de tomada de decisões:

Em virtude de sua emancipação em relação às diretrizes e aos controles estatais, eles decidem livremente, segundo padrões de rentabilidade, no que ninguém é obrigado à obediência e todos se encontram submetidos às leis que funcionam anonimamente segundo uma racionalidade econômica que seria, ao que parece, inerente ao mercado (HABERMAS, 2014, p. 167).

Este sentimento não teria ficado restrito aos negócios, mas se expandido para o nível familiar, pois os indivíduos tinham a impressão de estarem livres das pressões exercidas pela sociedade. A extensão da lógica faz sentido, pois os comerciantes comandavam, ao mesmo tempo, seus negócios e sua família. Era o trabalho que concedia ao homem a autoridade para liderar sua casa. Habermas comenta esta relação entre o papel de homem de negócios e de provedor: “À independência do proprietário no mercado corresponde uma autoapresentação do ser humano na família. Sua intimidade, aparentemente livre da coerção social, é o selo de verdade de uma autonomia privada exercida na competição” (*Idem*, p. 168).

O autor afirma que é aí, dentro de casa, nos domínios da esfera privada, que ocorre uma emancipação psicológica que corresponde à independência alcançada na economia política (*Idem*, p. 167). O sociólogo alemão Hans Paul Bahrdt concorda quando lista uma série de aspectos da vida que sofreram transformações com a nova configuração da esfera privada:

A interiorização e o cultivo da vida familiar, a cultura doméstica da configuração consciente do ambiente objetivo mais reduzido, a propriedade privada dos meios de formação e a utilização comum por pequenos grupos sociais, o intercâmbio espiritual como forma normal e integradora da vida comum dos familiares, uma vida religiosa

---

<sup>1</sup> Para aprofundar o tema das residências das diferentes classes sociais no século XVII, ver PERROT, 1991.

no círculo familiar relativamente independente da igreja, a vida erótica individual, a liberdade na escolha do parceiro, que no estágio final de desenvolvimento não reconhece mais o direito de veto dos pais – tudo isso é uma manifestação típica da construção da esfera privada e, ao mesmo tempo, da cultura e da civilidade burguesas (BAHDRT *apud* HABERMAS, 2014, p. 167).

Apesar da interpretação dos autores, essa conexão não era assumida pela burguesia da época. A nova sensação de liberdade era vista como uma qualidade intrinsecamente humana e que tinha seu desenvolvimento e permanência assegurados exclusivamente pelos laços afetivos, e não tinham relação com a emancipação econômica. O amor conjugal e o sentimento de comunidade existente dentro da família embasavam o conceito de humanidade. Era como se o desenrolar de tudo que acontecia no ambiente privado seguisse leis próprias sem nenhum tipo de função ou compromisso que não coubesse em si mesmo e era desligado de aspectos econômicos (HABERMAS, 2014, p. 169).

Esta autoimagem de liberdade desligada de elementos econômicos não era coerente com o papel que a instituição familiar tinha na reprodução do contexto social em que estava inserida. Os laços afetivos e a subjetividade não atuavam somente no mundo imaterial, mas também na manutenção do capital. Além de ser eficiente em transmitir seus próprios valores e comportamentos exigidos pela sociedade – como a autoridade paterna, por exemplo –, a família promovia manutenção do seu domínio do capital: “Como um vínculo genealógico, ela garante a continuidade pessoal, que consiste materialmente na acumulação de capital e é juridicamente ancorada na livre transmissão hereditária da propriedade” (*Idem*, p. 169).

Isso não quer dizer que os sentimentos e a subjetividade não tivessem importância alguma na constituição familiar. Habermas faz a ressalva de que as ideias de liberdade e de amor nasceram nas experiências da intimidade e que não são apenas uma ideologia, mas parte da preservação da sociedade: “Elas são também uma realidade, como um sentido objetivo contido na forma da instituição efetiva, cuja validade subjetiva é essencial para a reprodução da sociedade” (*Idem*, p. 170).

O desenvolvimento desse tipo de sentimento alterou o entendimento que se tinha dos seres humanos. Eles passaram a entender a si próprios como seres únicos e com suas particularidades. Não eram mais definidos apenas por sua classe, mas por seus aspectos internos. Características materiais não bastavam para entendê-los como um todo, pois o sentimento era parte inerente da natureza humana e motivador de suas ações. É uma face da realidade que até então era menosprezada. Esta nova abordagem foi incorporada em relatos pessoais, na literatura e em outras obras de arte produzidas na época, e até mesmo na escrita da História.

Transmitir os sentimentos para a escrita era tornar real a importância que eles estavam ganhando. Recuperando o entendimento de Arendt sobre público e privado, se algo não é exposto, é como se cada pessoa tivesse experiências isoladas e, portanto, inválidas. Nesse sentido, a “desprivatização” da escrita adequava os sentimentos à realidade. A autora afirma que: “A mais comum dessas transformações ocorre na narração de histórias e, de modo geral, na transposição artística de experiências individuais” (2010, p. 60). O desenvolvimento do Romantismo nesse contexto seria essencial para a transformação da esfera pública, pois as obras literárias seriam o assunto que abriria as portas para as discussões em ambientes públicos – como os cafés. Por isso nos aprofundaremos sobre esse movimento nas próximas páginas.

Raymond Williams segue um caminho parecido com Habermas e Arendt quando fala sobre como as experiências vividas na Europa do século XVIII e XIX alteraram a forma como as pessoas enxergavam a si mesmas. Ele acredita que os escritores estavam na vanguarda dessa transformação. As mudanças econômicas que levaram ao surgimento de uma nova esfera privada são as mesmas que provocaram a industrialização e, mais tarde, a Revolução Francesa. Esses eventos propiciaram o desenvolvimento de uma crítica social ao mesmo tempo em que provocaram a valorização do sentimento.

Diferente da concepção mais popular de que o Romantismo dos séculos XVIII e XIX estava desassociado do mundo material e que os artistas estavam encerrados no mundo abstrato, Williams afirma que “Poucas gerações de escritores de espírito criador mostraram-se mais profundamente interessadas e mais empenhadas no estudo e crítica da sociedade em que viveram do que as dos poetas românticos, de Blake e Wordsworth a Shelley e Keats” (WILLIAMS, 2011, p. 53).

No entanto, o autor aponta que os artistas tinham concepções contraditórias sobre a subjetividade e a materialidade da sociedade da mesma forma que a burguesia. O paradoxo se apresenta no entendimento que os escritores nascidos no século XVIII tinham sobre o que era um artista: “Segundo essa concepção, o poeta, o artista é, por natureza, indiferente ao mundanismo cru e ao materialismo dos assuntos relativos à política e à sociedade; devota-se, de preferência, às esferas mais substanciais da beleza natural e dos sentimentos pessoais” (WILLIAMS, 2011, p. 53). Ou seja, os eventos econômicos e políticos que permitiram alcançar um novo entendimento da realidade baseado em sentimentos eram vistos como não pertencentes à sua arte.

O Romantismo surgiu, justamente, dessa atitude de florescimento do sentimento ao mesmo tempo em que o mundo material era negado. Williams entende que os românticos tinham uma conduta de negação das transformações que estavam ocorrendo na modernidade,

como a industrialização, urbanização, desenvolvimento tecnológico e hegemonia do mercado. A saída para a atitude de oposição a essas novidades foi encontrada no mundo abstrato e do sentimento. Foi a reação contra o surgimento da modernidade capitalista que encaminhou os escritores ingleses para o movimento romântico (*Idem*, 2011).

Os escritos do poeta inglês William Wordsworth são bons exemplo de como as transformações da sociedade moderna trouxeram o sentimento à tona. Ele defendia a sensibilidade humana e a aproximação da natureza contra a mercantilização e a industrialização da sociedade. Ele afirmou que seu tema de escrita “É retrazar o caminho que me levou através da Natureza ao amor da espécie Humana” (WORDSWOTH *apud* THOMPSON, 2002, p. 22).

Segundo a análise de Edward Palmer Thompson, a busca de Wordsworth pelo verdadeiro conhecimento e significado de humanidade na vida do campo representou uma reversão de valores, em que a cultura dos “homens comuns” era exaltada em detrimento da cultura tradicional. Thompson comenta que “Fechando a distância entre ele próprio e o homem comum, alinhou-se com o homem comum em sensibilidade e abriu uma distância entre eles dois e a cultura refinada” (THOMPSON, 2002, p. 24). Era a valorização da sensibilidade de um novo grupo de pessoas.

Também é possível encontrar a incorporação do sentimento em narrativas históricas. Um bom exemplo é o texto *La Commune*, produzido pela escritora francesa Louise Michel em 1898, oito anos depois de ela retornar da prisão da Nova Caledônia (ilha francesa localizada no Pacífico e próxima à Austrália), para onde tinha sido enviada por sua participação ativa na Comuna de Paris. Michel constrói relatos carregados de sentimento sobre o período que parece ser no final da Comuna e durante os anos em que permaneceu exilada. Michel consegue fazer o leitor sentir a energia da luta pelo fim do reinado de Napoleão e o cansaço que acometeu seus participantes.

Passagens como “Havia terror em torno de um Eliseu em festa, nada além de uma lenda do Primeiro Império, suas famosas sete milhões de vozes rasgadas pelo medo e pela corrupção em torno de Napoleão III, formando uma muralha reputada e intransponível” (MICHEL, 1978, p. 2) e “As palavras não tinham medo de jogar na cara do poder sua ignomínia. Ora, a canção da Badinguette fazia a banda Imperial gritar de ódio” (*Idem*, p. 3) fogem bastante do modelo das histórias políticas e de guerra que eram escritas na Antiguidade e das abordagens do período medieval.

De acordo com Flávia Varella, na Antiguidade “Essa estrutura gerava pessoas-modelo, ou seja, eram construídos exemplos a serem seguidos, não indivíduos complexos com suas especificidades” (VARELLA, 2006, p. 5). Sentimentos como o medo não eram levados em

consideração para o sucesso de um governante, diferente do que sugere Michel na citação acima. Esse recurso, além de ser uma forma de expressão pessoal, gerava identificação nos leitores que viam em figuras históricas ou personagens ficcionais emoções semelhantes às suas (*Idem*, p. 2). A incorporação de sentimentos que permite uma nova esfera de explicação da realidade é um fenômeno histórico da modernidade (*Idem*, p. 9).

O novo estilo de escrita que era resultado das novas experiências individuais tinha grande apelo ao público leitor, pois ele começou a se ver representado na literatura. Esse reconhecimento somado ao aumento de poder e influência da burguesia permitiu o surgimento de um novo universo de consumidores de literatura. E se há uma mudança no público, ocorrem também alterações no modo de produção. De acordo com Williams “Como consequência, o sistema de patrocínio das publicações transformara-se em sistema de assinaturas e daí evoluiu para o sistema de publicação em termos comerciais modernos” (WILLIAMS, 2011, p. 55). Isso significa que a escrita se transformou em um negócio.

A partir disso, as obras de arte se transformam em produtos como outros que eram feitos por profissionais especializados e teriam que seguir critérios que favorecessem a sua venda. Williams cita Adam Smith como um prenunciador da mercantilização das artes, pois escreve que o conhecimento era “(...) comprado, da mesma maneira que sapatos ou meias, daqueles cujo negócio é elaborar e preparar para o mercado aquelas espécies específicas de bens” (SMITH *apud* WILLIAMS, 2011, p. 59). As consequências diretas do surgimento do mercado literário foram a mudança na forma como artistas eram vistos e tratados, no seu fazer artístico, na sua relação com o público e na própria função da arte.

Norbert Elias consegue apresentar um exemplo concreto dessas transformações ao falar sobre Mozart. O músico saiu de Salzburg, na Áustria, onde fazia músicas sob encomenda, e foi para Viena esperançoso de que poderia compor mais livremente sem as amarras de um mecenas. Elias afirma que ele fez tal escolha

Pois o padrão de produção musical de um artista da corte que trabalhasse para um empregador determinado, seguindo suas instruções e atendendo a suas necessidades, diferia extremamente, devido à composição social específica em que sua música tinha função, do novo padrão que gradualmente se formou ao se tornar regra a produção musical feita por artistas relativamente livres e que competiam por um público essencialmente anônimo (ELIAS, 1995, p. 45).

O episódio da vida de Mozart funciona como exemplo e ponto de partida para entender o impacto do contexto da época para os artistas. Ele só se permitiu mudar de cidade porque um público anônimo estava sendo desenvolvido. Era a burguesia que agora comprava ingressos para óperas e podia apreciar música. O público se altera, não é mais um grupo homogêneo e

sim um conjunto de pessoas privadas que se apodera das obras por meio do mercado. Dessa forma, a criação precede o desejo do consumidor, o artista tem mais autonomia sobre suas obras e também influencia a formação de gostos pessoais. Habermas afirma que “O ‘gosto’ pelo que ela (arte) se orienta dali em diante expressa-se nos juízos não especializados de leigos, pois no público cada um pode reivindicar competências” (HABERMAS, 2014, p. 157).

Além disso, a funcionalidade das artes também passou a ser outra. Na sociedade aristocrática, a música, por exemplo, servia a propósitos religiosos e a festas cortesãs. Por isso, era sempre produto de encomendas. Da mesma forma, escritores trabalhavam para mecenas e atores para o príncipe (*Idem*, p. 156). De acordo com Elias, “Em tal caso, portanto, a forma da obra de arte é modelada menos por sua função para o produtor e mais por sua função para o cliente que a utiliza, de acordo com a estrutura da relação de poder” (1995, p. 49).

Fora da esfera de influência dos ordenadores, a arte poderia se prestar à apreciação dos leitores, ouvintes ou espectadores e aos motivos do artista. Nesse caso, Elias afirma que as obras artísticas recebem um sentido que está menos ligado à individualidade característica do público aristocrático e mais a um sentimento coletivo da burguesia que se construía em sua esfera de influência política e econômica. A compra de livros e pinturas e os passeios a óperas e teatros eram uma forma dessas pessoas “se exibirem” e de legitimarem sua nova posição social (*Idem*).

É neste momento de apreciação das artes, de crítica e influência sobre o que estava sendo produzido que se constrói a nova esfera pública burguesa. Ela é forjada pela crítica literária e pelas experiências comuns que as pessoas tinham em suas casas e que agora eram compartilhadas. O que acontecia na intimidade e que foi tratado na literatura foi motivo para as pessoas se reunirem e discutirem. É por isso que Habermas considera que o espaço que futuramente seria utilizado para ambientar debates políticos foi, primeiramente, literário:

Antes que a esfera pública assumisse expressamente as funções políticas no campo de tensão entre Estado e sociedade, a subjetividade, nascida do âmbito íntimo das pequenas famílias, forma, por assim dizer, seu próprio público. Ainda antes que a esfera pública conteste o poder público na forma de uma discussão política mediante razões, empreendida por pessoas privadas, e, no fim, distancie-se completamente dele, forma-se, sob sua proteção, uma esfera pública na forma apolítica: a forma literária prévia da esfera pública politicamente ativa. Ela é o campo de exercício de uma discussão pública mediante razões que ainda se move em torno de si mesma – um processo de autoesclarecimento das pessoas privadas sobre as experiências genuínas de sua nova privacidade (HABERMAS, 2014, p. 138).

Apesar de o formato desta esfera pública ser novo, ele não foi construído do zero pela burguesia. Antes de todas estas transformações acontecerem, escritores, pintores, compositores e atores tinham suas obras legitimadas pela nobreza. A corte, a aristocracia e um número muito reduzido de pessoas pertencentes à alta burguesia é que frequentavam os teatros, que realizavam

festas e banquetes onde os artistas apresentavam suas produções. Eram os mecenas que ditavam o que deveria ser produzido e que tinham a autoridade para tecer argumentos sobre as obras de arte (*Idem*, p. 139).

O próprio significado da palavra “público” não era o mesmo. Habermas aponta que em escritos de 1629 ela é usada com o sentido de um público de teatro. Antes disso, era usada como substantivo para se referir àquilo que era do Estado, ou seja, ao bem público. Dessa forma, podemos entender que a esfera pública pertencia ao poder público, já que quem participava dela pertencia à corte (*Idem*, p. 140).

O surgimento do mercado literário e o aumento do interesse da burguesia por arte a levou a participar desses eventos. No entanto, os palácios eram distantes da cidade, que era o local da vida econômica burguesa. Assim, os novos frequentadores passaram a realizar discussões em seus próprios espaços urbanos. Novamente, podemos ver esse processo acontecendo na mudança de arquitetura das residências relatada por Riehl:

As salas e os lugares consagrados à grande casa foram reduzidos ao mínimo. O espaço mais significativo na distinta casa burguesa é, em contraste, atribuído a um aposento completamente novo: o salão (...). No entanto, o salão não serve à casa, mas à ‘sociabilidade’; e essa sociedade do salão está muito longe de equivaler ao círculo restrito e fixo dos amigos da casa (RIEHL *apud* HABERMAS, 2014, p. 167).

A novidade dos salões servia a propósitos semelhantes aos das cerimônias da corte. Agora, era dentro das casas que as pessoas privadas se reuniam para discutir assuntos que consideravam pertinentes. Diferente da nobreza, se pressupunha uma igualdade entre aqueles que se reuniam. Apesar de ser impossível anular particularidades econômicas e políticas de cada um, era o ideal de igualdade que se buscava:

*Les hommes, private gentlemen*, as pessoas privadas formam o público não apenas no sentido de que o poder e a reputação dos cargos públicos estão fora do jogo; em princípio, também as dependências econômicas não devem ter nenhum efeito. As leis do mercado estão suspensas tal como as do Estado (HABERMAS, 2014, p. 50).

Além da ideia de igualdade, um fator que diferenciava a nova esfera era o entendimento do direito de opinar sobre assuntos que antes eram restritos à autoridade da Igreja e da sociedade cortesã. Como obras filosóficas e literárias tinham se tornado mercadorias, o princípio era de que elas eram acessíveis universalmente. Perderam sua aura sacramental e exclusivista para serem objeto de uma significação baseada na racionalidade autônoma de seu consumidor. Essa “profanação” dos bens culturais era validada e recebia autoridade na discussão pública. Mais do que o entendimento de que certas questões eram universais, o sentimento era de que todos tinham o direito de participar do debate (*Idem*, p. 151-152).

Além dos salões, outro espaço onde acontecia o encontro de pessoas privadas e ao qual vamos nos dedicar neste trabalho é o dos cafés públicos. Eles eram locais propícios à prática intelectual, com seu ambiente calmo e com a sobriedade e clareza de ideias possibilitadas pelo café. De acordo com Tom Standage, a bebida “Tornou-se a preferência dos cientistas, intelectuais, comerciantes e burocratas – atualmente nós os chamaríamos ‘artífices da informação’ –, todos os quais executavam trabalho mental em escritórios, em vez de trabalho físico ao ar livre” (STANDAGE, 2005, p. 1587). Com o atrativo de ser uma alternativa à cerveja e ao vinho no desjejum por fornecer disposição para iniciar um novo dia, os cafés se tornaram um ambiente propício à sociabilidade e desenvolvimento da esfera pública.

O modelo de local de sociabilidade surgiu originalmente no Oriente, primeiro lugar onde o café foi cultivado e consumido da forma que conhecemos hoje. Cidades como Meca, Constantinopla e Cairo abrigavam estabelecimentos que vendiam café e eram caracterizados por sua sobriedade. Alcançaram grande popularidade por serem locais de sociabilidade onde as pessoas se reuniam para conversar, se divertir e fazer negócios. Além disso, forneciam uma bebida exótica que era consumida como uma alternativa ao álcool, cujo consumo era proibido pela religião islâmica (*Idem*, p. 1635).

A primeira cidade europeia a conhecer a novidade foi Londres, em 1652. O estabelecimento era administrado por Pasqua Rosée, o empregado grego de um comerciante chamado Daniel Edwards. Roseé escreveu um panfleto de inauguração que descrevia o café como uma bebida praticamente milagrosa: ele ajudaria na digestão, curaria dores de cabeça, resfriado, gota, escorbuto e auxiliaria na prevenção do aborto. Ainda citava suas propriedades energéticas e dava sugestões de horários de consumo (COWAN, 2005, p. 49).

A propaganda foi recebida por taberneiros desconfiados e temerosos de que perderiam sua clientela. Eles protestaram com o prefeito da cidade argumentando que o grego não era um cidadão livre londrino e, por isso, não teria o direito de abrir seu negócio. Roseé não resistiu às pressões e acabou deixando a cidade (*Idem*, p. 94). No entanto, nas décadas seguintes vários cafés começaram a surgir em diferentes partes de Londres. De acordo com o *London Directories* de 1734, existiam 551 estabelecimentos licenciados (*Idem*, p. 154). Devemos ainda considerar que há documentos que falam sobre inúmeros cafés que foram negligenciados pelos registros oficiais, o que aumenta as estimativas para a casa dos milhares (HABERMAS, 2014, p. 144; PENDERGRAST, 2010, p. 34). No fim, a grande aceitação dos londrinos aos cafés acabou vencendo as reclamações dos taberneiros.

Os cafés públicos eram tantos que passaram a ser parte importante da paisagem urbana da capital inglesa. Cada um contava com uma clientela assídua que sabia qual o rumo que as

conversas tomariam em seu café de preferência. Alguns deles eram conhecidos por serem frequentados pela intelectualidade da época. As discussões sobre arte e literatura, e, mais tarde sobre política e economia ganharam corpo nesses lugares:

Assim como Dryden discutia “os antigos e os modernos” no círculo da jovem geração de escritores que se encontrava no Will's e, mais tarde, Addison e Steele mantinham no Button's um *little senate*, assim também no Rota Club, sob a presidência de um assistente de Milton, Marvell e Pepys se reuniam com Harrington, que certamente expôs ali as ideias republicanas de sua Oceana. Como nos salões, a Literatura teve de se legitimar nesses cafés, nos quais a “intelectualidade” se encontrava com a aristocracia (HABERMAS, 2014, p. 144).

Londres não foi a única cidade que viu a nova sociabilidade burguesa acontecer dentro das paredes dos cafés. Paris também teve uma profusão destes estabelecimentos. Tom Standage afirma que Diderot, por exemplo, utilizava o *Café de la Régence* como escritório e que foi lá que ele compilou a “Enciclopédia” (2005, p. 1996). Outro café famoso era o Procope, aberto pelo siciliano Francesco Procopio Coltelli em 1686. Ele teve a sorte de instalar o seu negócio em frente ao futuro teatro *Comédie Française*. Seu estabelecimento passou a ser frequentado por atores, escritores, músicos e pelo público das apresentações. Entre os fregueses mais famosos estavam Rousseau, Voltaire, D’Alambert, Diderot e Benjamin Franklin. O Procope existe até hoje e ainda funciona no mesmo local (PENDERGRAST, 2010, p. 31).

A acessibilidade dos cafés auxiliou a transferência das discussões artísticas e intelectuais dos jantares e bailes das cortes para a cidade. Pelo preço de uma xícara de café, praticamente qualquer cidadão – com exceção das mulheres que não eram bem recebidas nas casas públicas londrinas – poderia participar dos debates que aconteciam nesses estabelecimentos e se inteirar sobre as últimas notícias. E se no início as discussões eram centradas na literatura, logo evoluíram para críticas sociais.

A preponderância da cidade é consolidada por aquelas novas instituições que, com toda a sua diversidade, assumem funções sociais iguais na Inglaterra e na França: os cafés em florescência entre 1680 e 1730, os salões no período entre a Regência e a revolução. Aqui como acolá, são os centros de uma crítica inicialmente literária e depois também política, nos quais começa a ser produzida uma paridade das pessoas cultas entre a sociedade aristocrática e a intelectualidade burguesa (HABERMAS, 2014, p. 143).

A trajetória de desenvolver sua própria subjetividade e de participar de debates públicos sobre literatura chegou no entendimento de que todo indivíduo tinha direito a emitir uma opinião ancorada em seus próprios argumentos. E se esse direito é uma característica universal, então estava estabelecido o ideal de igualdade. Ao mesmo tempo, esta linha de pensamento leva a questionar autoridades que tomam decisões arbitrárias. É então que a esfera pública começa a ser crítica do poder político. Ela não é mais parte da corte, mas da esfera de pessoas privadas

que se reúnem em público. Como consequência, o público se coloca como um relevante contraponto ao Estado:

O processo no qual a esfera pública regulamentada pela autoridade é apropriada pelo público de pessoas privadas que discute mediante razões, e é estabelecida como uma esfera de crítica ao poder público, realiza-se como uma reformulação no funcionamento da esfera pública literária, já dotada com as instituições do público e com as plataformas de discussões. (*Idem*, p. 176).

Isso significa que o público como mundo comum explicado por Arendt agora tinha sua regulamentação disputada entre a autoridade do poder público e a racionalidade da esfera pública. Autores como Locke e Montesquieu já estavam contestando a legislação feita por meio da força do monarca e propondo que começasse a ser baseada na racionalidade e fosse de conhecimento do povo (*Idem*, p. 179). Da mesma forma, a burguesia desejava que a opinião que prevalecesse entre o público fosse utilizada como autoridade:

Na esfera pública burguesa, desdobra-se uma consciência política que articula o conceito e a exigência de leis abstratas e gerais contra a dominação absoluta e que por fim, aprende a auto afirmar-se, isto é, afirmar a opinião pública como única fonte legítima dessas leis. No decorrer do século XVIII, a opinião pública reivindica a competência legislativa para aquelas normas que somente a ela devem seu conceito polêmico e racionalista (*Idem*, p. 180).

O ideal de igualdade forjado na intimidade e exercido em espaços públicos reivindicava sua expansão para a política. Se as pessoas se entendiam como humanas por causa de sua subjetividade e a realidade depende de sua publicização, elas teriam o direito de exigir sua participação na política, pois é neste campo que suas vidas são regulamentadas. O peso deste raciocínio começou a ser sentido pelos governantes, pois as discussões em salões e cafés não eram mais inconsequentes como na corte:

Os juízos inibidos são denominados “públicos” em vista de uma esfera pública que, sem dúvida, havia funcionado como uma esfera do poder público, mas que agora se separava dele como um fórum no qual as pessoas privadas reunidas como um público [*Publikum*] compeliem o poder público a se legitimar diante da opinião pública (*Idem*, p. 133-134).

Assim, a esfera pública burguesa passa a cumprir o papel de mediadora entre o Estado e as necessidades da população. Neste momento, ela cumpre a função de regulamentação da sociedade civil de modo a confrontar a autoridade do poder público e buscar um compartilhamento deste poder entre os membros da sociedade. Para isso, se utiliza da prática da publicização de opiniões, debates e propostas, se contrapondo aos segredos mantidos pelo Estado. A exigência da publicidade configura uma “esfera crítica” que se apresenta na forma de opinião pública (LUBENOW, 2012, p. 195).

### 2.3 O papel da imprensa na esfera pública

A esfera pública burguesa moderna funcionou desta maneira durante os séculos XVII, XVIII e XIX, mas depois deste período sofreu mudanças substanciais que a levaram no caminho do modelo que vivemos no presente. Para Habermas, a chave para entender essa transformação está na imprensa. Enquanto os primeiros jornais diários começaram a surgir em meio à discussão nos cafés e nos salões, no século XX os meios de comunicação passaram por mudanças tecnológicas que os levaram à massificação. Com isso, passaram a funcionar de acordo com o mercado e dividiram com a propaganda um espaço que antes era dedicado somente para notícias e debates especializados.

Para entender essa transformação da mídia, vamos voltar para os jornais do século XVIII. A circulação de notícias teve um desenvolvimento paralelo à circulação de mercadorias. Com a expansão das trocas, os comerciantes precisavam de informações rápidas e precisas de mercados distantes. Por isso, no século XIV foi criada uma espécie de correspondência de notícias sobre comércio, os chamados correios ordinários. No entanto, a rede de informações era restrita aos profissionais que as utilizavam, não havia interesse em publicitar essas informações (HABERMAS, 2014, p. 116).

Os jornais propriamente ditos apareceram no século XVIII não por causa do interesse dos editores em tornar as notícias públicas, mas porque viram a oportunidade de transformá-las em um produto comercializável. Por isso, a correspondência comercial passava por uma espécie de filtro e informações menos exclusivas eram publicadas: “Do repertório dos boletins mantinham-se as ‘novidades’ tradicionais – as curas milagrosas e as chuvas torrenciais, os assassinatos e os incêndios. Assim, as informações que chegavam a ser publicadas pertenciam a uma categoria residual do material de notícias disponível” (*Idem*, p. 126). Essas publicações foram chamadas de jornais públicos.

Além disso, as autoridades logo viram na imprensa um instrumento útil para a administração pública. Em muitas ocasiões, as agências de informações que publicavam os periódicos sofriam intervenções do governo e se transformavam em boletins oficiais. De acordo com Habermas,

No começo, os jornais públicos informavam das viagens e dos retornos do príncipe, da chegada de personalidades estrangeiras, festas, ‘solenidades’ da corte, nomeações, e assim por diante. Vinculadas a essas notícias da corte, que poderiam ser interpretadas como uma espécie de transposição da representação na nova forma da esfera pública, apareciam também “os decretos do soberano para o bem dos súditos”. (*Idem*, p. 126-127)

A destinatária desses boletins era justamente a burguesia que estava empreendendo debates públicos mediante o uso de razões. Dessa forma, a apropriação da imprensa por ela foi uma estratégia para se contrapor ao Estado. Neste momento, começam a aparecer nos jornais diários instruções pedagógicas, críticas, resenhas e os chamados “artigos eruditos”. Habermas utiliza o exemplo do jornal alemão *Hallenser Intelligenzblatt* (Folha da Inteligência de Halle) para demonstrar como era a dinâmica das publicações: “Todos os catedráticos das faculdades de Direito, Medicina e Filosofia devem enviar ‘ao diretório de anúncios, a tempo e no máximo até quinta-feira, um comentário especial, escrito em estilo puro e claro’” (*Idem*, p. 133).

Esta utilização da imprensa levou ao que Habermas delimitou como segunda fase do jornalismo, o “jornalismo de escritores”. As publicações funcionavam como um eco das discussões dos salões e, principalmente, dos cafés. Muitas vezes, conversas inteiras que eram travadas nesses ambientes eram transcritas para os jornais. Os escritores os utilizavam como uma forma de amplificar as suas críticas. O autor explica que:

Uma imprensa que se desenvolvia a partir da discussão mediante razões empreendida pelo público, a qual ela apenas prolongava, continuou a ser inteiramente uma instituição desse próprio público: agia como uma espécie de mediador e amplificador, e não mais apenas como mero órgão de transporte de informações, tampouco como um *medium* da cultura de consumo (*Idem*, p. 398-399).

Dessa forma, os jornais deixaram de ser somente portadores de notícias e se transformaram em veículos da opinião pública. Essa nova função fez surgir uma novidade nas agências de notícias: a redação. Os escritores tinham mais autonomia e liberdade para escrever os novos conteúdos. Com isso, os textos passaram a ter um propósito muito mais político do que comercial:

Agora, a finalidade de obter ganho econômico com esse empreendimento passa quase completamente a segundo plano, indo contra todas as regras da rentabilidade e sendo muitas vezes um negócio deficitário de início. O impulso pedagógico, que mais tarde se tornou cada vez mais político, deixava-se financiar, por assim dizer, pelas bancarrotas (*Idem*, p. 397).

É esse modelo de imprensa que Habermas considera como uma instituição crítica necessária ao desenvolvimento da esfera pública. No entanto, as mudanças ocorridas no século XX alteraram a lógica democrática dos jornais para levá-los, novamente, a seguir um modelo comercial. O objetivo deixa de ser participar da luta política para voltar a ser o lucro:

À medida que se desenvolve como um empreendimento capitalista, o jornal acaba se enredando em um campo de interesses estranhos à empresa que tenta ganhar influência sobre ele. A história dos grandes jornais diários na segunda metade do século XIX mostra que a imprensa se torna manipulável à medida que se comercializa (*Idem*, p. 402).

Isso ocorreu por causa do modelo de negócio que os jornais passaram a seguir, que é de dividir as páginas entre notícias e propagandas. Agora, a imprensa não serve apenas para informar, mas também para criar desejos de consumo. O espaço que poderia ser apenas de discussão de interesses públicos e publicitação de opinião pública se torna propagador de interesses de empresas e pessoas privadas:

A partir do momento que a venda da parte do que é redigido interage com a venda da parte dos anúncios, a imprensa, até então uma instituição de determinados participantes do público, torna-se uma instituição de determinados participantes do público como pessoas privadas – ou seja, torna-se porta de entrada de interesses privados privilegiados na esfera pública (*Idem*).

Conforme as inovações técnicas foram se desenvolvendo, os investimentos na área da comunicação se tornaram cada vez maiores e os conglomerados de mídia começaram a se tornar tendência. Os investimentos em capital e o poder de influência que a imprensa – e mais tarde outras mídias como rádio e televisão – passa a ter se torna tão ameaçador que em vários locais o poder público a colocou sob seu controle. Para tentar evitar a formação de monopólios e o direcionamento do jornalismo apenas para interesses privados, países como França e Alemanha organizaram corporações públicas e semipúblicas. Outro exemplo é o sistema de regras de concessão para a criação de estações de rádio e canais de televisão (*Idem*, p. 405-406).

O controle dos meios de comunicação por interesses privados e a interferência do Estado no seu funcionamento transformaram profundamente a esfera pública como era conhecida na modernidade:

Com isso, inverte-se justamente a base original das instituições publicísticas, ao menos em seus setores mais avançados: segundo o modelo liberal da esfera pública, as instituições do público que discute mediante razões estavam asseguradas em face das interferências do poder público pelo fato de se encontrarem nas mãos de pessoas privadas. Em proporção com sua comercialização e concentração econômica, tecnológica e organizacional, elas se coagularam, nos últimos cem anos, em complexos de poder social, de modo que é justamente sua permanência em mãos privadas que ameaça a função crítica do publicismo (*Idem*, p. 407).

A inversão de que fala o autor aparece na medida em que os interesses privados expressos nos anúncios começam a roubar pautas de relevância pública. Se na esfera pública política burguesa a opinião pública se forma com base em discussões de objetos de interesses universais, os anúncios disfarçam interesses privados e os apresentam como se fossem públicos:

O emissor esconde suas intenções comerciais no papel de alguém interessado no bem público. A influência dos consumidores adota as conotações da figura clássica de um público de pessoas privadas que discutem mediante razões, aproveitando-se de sua legitimação: as funções tradicionais da esfera pública são integradas à concorrência de interesses privados organizados (*Idem*, p. 415).

Essa maneira de utilizar a imprensa acaba por criar uma atitude reativa do público, que não percebe que já não está mais agindo de forma totalmente livre. Assim, a formação de opinião pública não segue mais um processo orgânico, mas reorientado pelos anunciantes: “Em contrapartida, o cultivo da opinião, com a *promotion* e a *exploitation*, vai além do mero reclame: ele interfere no processo da ‘opinião pública’, produzindo novidades de modo planejado ou aproveitando ocasiões que despertam a atenção” (*Idem*).

Valéria Marcondes resume a teoria de Habermas da transformação da esfera pública no século XX da seguinte maneira:

A cultura difundida pelos novos meios de comunicação do século XX promove o “*status quo*”, privilegiando a propriedade econômica e política. O jornalismo crítico, partidário e político é substituído pelo manipulativo, consumista e mercadológico. Altera-se também a ideia de esfera pública politicamente ativa (2006a, p. 5).

#### **2.4 A internet como potencial esfera pública**

É nesse contexto de esfera pública destituída de seu caráter de crítica política que foi criada a internet. A história da rede mundial de computadores teve início no final da década de 1960 com um projeto do exército estadunidense de criar uma comunicação eficiente entre os militares durante a Guerra Fria. Eles tinham como meta superar as tecnologias de comunicação da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), que havia acabado de lançar o primeiro satélite artificial da Terra, o Sputnik.

O resultado do empreendimento dos EUA foi a criação de uma rede de computadores montada pela *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) em setembro de 1969<sup>2</sup>. A nova ferramenta, chamada ARPAnet, teve sua implementação em algumas universidades, como a UCLA (*University of California/Los Angeles*) com a justificativa de possibilitar o compartilhamento de dados entre vários grupos de pesquisa (CASTELLS, 2003, p. 16).

A ARPAnet continuou a ser utilizada em ambientes institucionais até que, em 1989, o cientista britânico Tim Berners-Lee criou uma forma unificada de interligar computadores do mundo todo. Foi ele quem concebeu o HTTP (*Hypertext Transfer Protocol/Protocolo de Transferência de Hipertexto*) e o HTML (*HyperText Markup Language/Linguagem de Marcação de Hipertexto*), protocolos e códigos que permitiram a popularização da internet no formato que a conhecemos hoje. Foi o nascimento da *World Wide Web* (www) (*Idem*).

---

<sup>2</sup> “A ARPA foi formada em 1958 pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos com a missão de mobilizar recursos de pesquisa, particularmente do mundo universitário, com o objetivo de alcançar superioridade tecnológica militar em relação à União Soviética na esteira do lançamento do primeiro Sputnik em 1957” (CASTELLS, 2003, p. 16).

Na década de 1990, começaram a aparecer provedores de internet com suas próprias redes e diferentes navegadores de *web* foram programados. Uma grande popularizadora da internet foi a Microsoft, que em 1995 lançou seu software Windows 95 juntamente com seu próprio navegador, o Internet Explorer. A explosão da rede mundial de computadores foi tão grande que em 1994 o número de usuários chegou a 25 milhões (LUCCHESI, 2014, p. 39).

Nos 25 anos de lá para cá, a internet não só se popularizou como passou a ser uma das principais ferramentas de comunicação de boa parte da população do mundo todo. De acordo com um relatório feito pelos serviços online *Hootsuite* e *We Are Social*, cerca de 4,3 bilhões de pessoas possuíam acesso à internet no início de 2019, o que representa mais de metade da população mundial. A pesquisa também demonstrou que os usuários da rede gastam, em média, 6 horas por dia utilizando dispositivos e serviços com acesso à internet. Isso significa que essas pessoas ficam um terço de seus dias conectadas na *web* (WE ARE SOCIAL/HOOTSUITE, 2019).

Para se ter uma dimensão das proporções que o fenômeno atingiu no século XXI, a Organização das Nações Unidas (ONU) oficializou o acesso à internet como um direito humano em 2011. Segundo Frank La Rue, relator do documento elaborado para a ONU, “O Relator Especial acredita que a Internet é um dos instrumentos mais poderosos do século 21 para aumentar a transparência na condução dos poderosos, o acesso à informação e para facilitar a participação ativa do cidadão na construção de sociedades democráticas” (LA RUE, 2011, p. 4).

O crescimento do número de usuários da rede também diversificou os usos que se fazem dela. Um computador com acesso à internet deixou de ser apenas uma máquina de fazer cálculos para se tornar uma poderosa ferramenta de comunicação, trabalho e entretenimento. O filósofo Pierre Lévy comenta essa transformação:

Sem que nenhuma instância dirigisse esse processo, as diferentes redes de computadores que se formaram desde o final dos anos 70 se juntaram umas às outras enquanto o número de pessoas e de computadores conectados à inter-rede começou a crescer de forma exponencial. Como no caso da invenção do computador pessoal, uma corrente cultural espontânea e imprevisível impôs um novo curso ao desenvolvimento tecno-econômico. As tecnologias digitais surgiram, então, como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento (1999, p. 32).

Com base nas afirmações de Lévy podemos refletir que as tecnologias digitais, dentre elas a internet, são objetos estruturais e estruturantes que viabilizaram transformações culturais. As diversas apropriações das invenções digitais criaram novas formas de interação interpessoal

e entre pessoas e o mundo material, sendo que tudo isso acontece em um lugar que não é concreto. Assim, novas relações foram estabelecidas em um novo tipo de espaço.

Para entender essas transformações, é útil recorrer a dois termos elaborados por Pierre Lévy: ciberespaço e cibercultura. De acordo com o autor,

O ciberespaço (que também chamarei de ‘rede’) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (*Idem*, p. 17).

Ou seja, quando nos conectamos a uma rede de internet por meio de um computador ou dispositivo móvel, estamos adentrando no ciberespaço. É um local virtual<sup>3</sup> em que estão contidas todas as informações que foram compartilhadas na rede e onde podemos interagir com elas e com outras pessoas. Cibercultura é o conjunto de elementos culturais advindos da relação dos seres humanos com o ciberespaço.

Uma das características do desenvolvimento da cibercultura é a alteração de nossas percepções de espaço e tempo. De acordo com o pesquisador brasileiro André Lemos, “Toda mídia altera a nossa relação espaço-temporal podendo mesmo ser definida como formatos e artefatos que nos permitem escapar de constrangimentos espaços-temporais” (2003, p. 13). Se o telefone foi capaz de encurtar a distância entre duas pessoas que queriam se comunicar e diminuiu o tempo de espera para uma conversa acontecer, a internet levou essa transformação para a instantaneidade e para uma sensação de abolição do espaço físico-geográfico.

As estruturas técnicas da internet abrem um leque de possibilidades de inserção dos indivíduos em diferentes espaços e contextos que não eram possíveis anteriormente. Os usuários entram em contato com conteúdos e pessoas que, em muitos casos, nunca conseguiriam encontrar pessoalmente. E como é um canal de duas vias, podem opinar, contribuir e questionar formando um fluxo de informação e ação até então inédito. Na cibercultura há uma ampliação do potencial de ação e comunicação.

Essas novas oportunidades podem gerar atitudes renovadoras ou inconsequentes. Ao mesmo tempo em que a velocidade do tempo real incita reações rápidas e de pouca reflexão,

---

<sup>3</sup> Entendemos virtual da forma explicada por Pierre Lévy. Virtual não é o contrário do real, mas sim uma parte da realidade. É algo que existe em potência e que não está preso a nenhum espaço ou tempo, e que é capaz de ser atualizado. Um exemplo de atualização é a exibição de um dado digital (simbolizado pelos números 0 e 1) em formato de imagem. “Um mundo virtual - considerado como um conjunto de códigos digitais - é um *potencial de imagens*, enquanto uma determinada cena, durante uma imersão no mundo virtual atualiza esse potencial em um contexto particular de uso”. (LÉVY, 1999, p. 48).

potencializa a participação e a ação em assuntos de diversas naturezas. Lemos aponta que “O tempo real pode inibir a reflexão, o discurso bem construído e a argumentação. Por outro lado, o clique generalizado permite a potência da ação imediata, o conhecimento simultâneo e complexo, a participação ativa nos diversos fóruns sociais” (*Idem*).

É justamente este aspecto que fornece o potencial de o ciberespaço funcionar como palco da esfera pública. Em teoria, qualquer indivíduo – desde que tenha acesso à infraestrutura necessária para acessar a internet – pode, pela primeira vez na história da humanidade, emitir e receber informação em diferentes formatos e mídias de e para quase qualquer lugar do planeta (*Idem*). Nesta nova configuração de comunicação, destacamos a abertura do polo de emissão de informações, pois ele acaba com o monopólio exercido pelos meios de comunicação de massa.

Isso significa que novas vozes e demandas emergem no ciberespaço, trazendo para um lugar público discursos que anteriormente eram excluídos. O processo de produção e difusão de informações passa por uma reconfiguração, o que poderia aumentar a pluralidade de perspectivas. Valéria Marcondes, pesquisadora da internet enquanto esfera pública, concorda com Lemos ao afirmar que

A descentralização inerente à internet permite a construção de subjetividades opostas, até então excluídas da esfera pública. Desse modo, tal característica é anunciada como o traço mais significativo da rede, o que permite que ela subverta a autoridade política, ao mesmo tempo em que enfraqueça as formas estatais de controle. A internet ainda é considerada um lugar de continuidade da cidadania, uma cidadania que se articula, essencialmente, em torno de ideais de contratos entre indivíduos interessados (2006a, p. 5).

Baseado neste pressuposto é que vemos um paralelo entre a esfera pública burguesa do século XVIII e a internet no século XXI. Em ambos os casos existem indivíduos que antes eram invisibilizados e que agora passam a se expressar em um local público. Os cafés e a internet são espaços de socialização, discussão, compartilhamento de experiências, redes de circulação de informações e de formação de comunidades. Ambos também possuem uma relação estreita com a imprensa e com seu papel na formação de opinião pública. No entanto, vários autores apontam entraves para que a internet seja qualificada como esfera pública política.

Em primeiro lugar, devemos considerar que os instrumentos técnicos por si só não são suficientes para provocar mudanças de comportamento a caminho da ampliação da democracia. Para que haja engajamento nas deliberações públicas, é necessário um interesse prévio dos usuários da internet. Marcondes reflete que

A tecnologia por si só, não transforma o cidadão pacato num ativista social, também não determina o procedimento da interação comunicativa, tampouco garante ou

promove a reflexão crítico-racional; tão-somente facilita o armazenamento e a circulação dos estoques informativos e agilizam as buscas por uma diversidade de fontes informativas. O interesse político e o engajamento cívico não são elementos dados (2009, p. 3).

Dessa maneira, podemos entender que para que novos sujeitos queiram participar do processo democrático no ciberespaço é necessário um impulso diferente da tecnologia em si. Afinal, as técnicas não estão separadas do mundo material e humano. Elas funcionam de acordo com o uso, programação e vontade de seus criadores e usuários. Não possuem existência independente do resto do mundo. Se este fosse o caso, teríamos experiências com a internet muito diferentes das que estamos vivendo. Essa união inevitável entre as técnicas e os seres humanos é comentada por Lévy:

É impossível separar o humano de seu ambiente material, assim como dos signos e das imagens por meio dos quais ele atribui sentido à vida e ao mundo. Da mesma forma, não podemos separar o mundo material – e menos ainda sua parte artificial – das ideias por meio das quais os objetos técnicos são concebidos e utilizados, nem dos humanos que os inventam, produzem e utilizam (1999, p. 22).

Outro obstáculo apontado por alguns autores para que a internet se encaixe na categoria de esfera pública política de Habermas é sua inserção na mesma lógica de mercado submetida à imprensa no século XX. Tomando como pressuposto que nenhuma técnica é neutra e que é moldada por quem a cria e usa, podemos concluir que os interesses privados também interferem na forma como as informações circulam na internet.

Marcondes se ancora nas reflexões de Valério Brittos e César Bolaño para afirmar que interesses mercadológicos atrapalham a existência de uma comunicação voltada aos interesses públicos:

As tecnologias geram impactos econômicos, políticos e nas formas de sociabilidade que atingem o espaço público, mas “é na disputa para vencer os limites pelo capital e pela expansão da cultura ligada aos ditames do consumo, que se opõem à concretização de uma comunicação popular libertadora, articulando democracia e cidadania” (MARCONDES, 2006a, p. 6).

Isso ocorre porque a internet possui mecanismos que favorecem a vigilância dos usuários. Os sujeitos estão extremamente visíveis no ciberespaço. Suas ações e preferências estão públicas, o que possibilita que essas informações sejam vistas por qualquer um, inclusive empresas interessadas em utilizar esses dados para aprimorar seus anúncios e técnicas de venda, e governantes interessados em influenciar seu eleitorado. Por isso, apesar de a internet aparentar ser um ambiente de liberdade, ela é espaço de vigilância:

Tanto os internos das prisões e hospícios do século XVIII, quanto os cibercibers, são objeto de informação, não sujeitos da comunicação. Aqui as proposições relativas à “sociedade disciplinar” foucaultiana se adaptam às relações sociais no ciberespaço.

Somos todos “livres prisioneiros”. São os exercícios e as relações de poder em funcionamento (*Idem*, p. 7).

Dessa maneira, as ações de usuários de internet sofrem interferências da personalização de experiências por meio de mecanismos de busca e de sites de redes sociais. Parte deste processo é necessário, pois o universo de informações presente no ciberespaço é tão grande que algum tipo de filtro é necessário. O que vai passar por esse filtro é determinado por algoritmos<sup>4</sup> de sites como Google, Facebook e YouTube, que utilizam dados de navegação dos usuários para que cada um tenha resultados personalizados. (PARISIER, 2012, p. 5).

De acordo com Gihana Proba Fava e Carlos Pernisa Júnior, “os algoritmos estão sempre interpretando ações de pessoas conectadas, através de inúmeras variáveis, para propor uma experiência mais próxima do que essas máquinas acreditam ser o que se está buscando” (2014, p. 2). No entanto, a facilidade criada por esses mecanismos acaba por criar um ambiente artificial que não condiz com a pluralidade que existe na própria internet e fora dela.

Pensando nisso, Eli Parisier criou o conceito de “filtro bolha”:

O código básico no seio da nova internet é bastante simples. A nova geração de filtros on-line examina aquilo de que aparentemente gostamos – as coisas que fazemos, ou as coisas das quais as pessoas parecidas conosco gostam – e tenta fazer extrapolações. São mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir. Juntos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós – o que passei a chamar de bolha dos filtros – que altera fundamentalmente o modo como nos deparamos com ideias e informações (2012, p. 10).

Dessa maneira, ocorre uma manipulação do conteúdo sem que os usuários da internet percebam. É como se estivessem fechados em uma “bolha” quando poderiam estar acessando livremente à infinidade de conteúdos oferecidos pela internet. Este assunto ainda possui muitas nuances e possibilidades de pesquisa, mas como não é o foco deste trabalho, não será profundamente explorado. Nos interessa saber que a vigilância e a personalização de experiências na internet representam entraves para que seu potencial como esfera pública seja totalmente executado.

Finalmente, um último aspecto a ser comentado é a exclusão de parcela da população do ciberespaço, seja por condições financeiras ou por falta de domínio das tecnologias digitais. Além do obstáculo material que impede que todos tenham acesso a um computador ou

---

<sup>4</sup> Algoritmo pode ser definido como uma receita, uma série de instruções para realizar determinada tarefa. Na área da programação são utilizados descrevendo as etapas que precisam ser efetuadas para que um programa execute a tarefa que lhe é designada. Os algoritmos são constituídos, resumidamente, por entradas ou *inputs* (como um clique de mouse, por exemplo) e uma formulação lógica e/ou matemática. O resultado do algoritmo, que é a sua saída ou *output* varia imensamente, podendo ser o redirecionamento para uma página de pesquisa ou a exibição de um número, que representa a resposta de um cálculo, por exemplo.

*smartphone*, ainda existe um conjunto de linguagens e símbolos próprio do ciberespaço. Dessa forma, a desigualdade social não atua somente no mundo material, mas também em falhas educacionais que atingem o letramento digital (LUCCHESI, 2014, p. 52). Ao falar sobre o desenvolvimento da cibercultura, Lévy pontua que

um de seus principais efeitos é o de acelerar cada vez mais o ritmo da alteração tecno-social, o que torna ainda mais necessária a participação ativa na cibercultura, se não quisermos ficar para trás, e tende a excluir de maneira mais radical ainda aqueles que não entraram no ciclo positivo da alteração, de sua compreensão e apropriação (LÉVY, 1999, p. 30).

O historiador Carlo Ginzburg considera que a internet é uma ferramenta parcialmente democrática justamente por nem todos terem acesso à totalidade de possibilidades que ela oferece. Reflete que

Para levar a cabo uma pesquisa navegando na *web*, nós precisamos saber como dominar os instrumentos do conhecimento: em outras palavras, nós precisamos dispor de um privilégio cultural que, como posso dizer com base na minha própria experiência pessoal, é como uma regra ligada ao privilégio social (GINZBURG, 2010).

No entanto, se pensarmos na esfera pública moderna descrita por Habermas, podemos imaginar que apesar de os cafés serem lugares públicos, também apresentavam barreiras culturais. A reestruturação da esfera pública da qual fala o autor representou uma ampliação do espaço de discussão e exercício democrático, mas isso não quer dizer que 100% da população participava desses locais. Além disso, a alfabetização era realidade de uma minoria na Inglaterra e da França no século XVIII. Os cafés e salões também possuíam uma série de códigos implícitos que não abarcavam a todos. As mulheres, por exemplo, eram indesejadas em qualquer *public house*<sup>5</sup> na Inglaterra (STANDAGE, 2005, p. 1720).

Ambos os ambientes, tanto cafés e salões quanto o ciberespaço, não possuem acesso livre e universalizante mas configuram fenômenos dominantes em seus contextos. Por isso, consideramos que mesmo com as críticas da internet como esfera pública política, existem aproximações com o fenômeno ocorrido na modernidade. O ciberespaço alterou a forma como os sujeitos se relacionam com as informações e com o governo e inaugurou novas formas de sociabilidade. É um novo espaço público construído e compartilhado para ser visível a todos. Assim, no próximo capítulo procuraremos explorar exemplos comparativos entre os séculos XVII e XVIII e o XXI para tentar estabelecer aproximações e diferenças entre os cafés e a

---

<sup>5</sup> As *public houses* ou “casas públicas” eram os cafés, tavernas, cervejarias, pousadas e casas de chá. Esse tipo de estabelecimento se tornou bastante comum na paisagem urbana da Inglaterra. Se você fosse um inglês vivendo no século XVII ou XVIII e quisesse sair com amigos, conhecer novas pessoas ou tratar de negócios, provavelmente tomaria o caminho para uma casa pública (COWAN, 2005, p. 79).

internet. Antes disso, faremos breves considerações acerca das fontes e da metodologia de análise.

As fontes que serão utilizadas sobre os cafés se referem à Inglaterra dos séculos XVII e XVIII. Elas foram selecionadas pela facilidade de acesso, pois estão em formato digital, e por termos facilidade com o idioma inglês – o que não aconteceria com os documentos dos cafés franceses. Já as fontes provenientes da internet, apesar de ainda não serem convencionais para historiadores, representam uma parte inegável do contexto atual de produção de pesquisa histórica. Por isso, lidar com novas noções de tempo, espaço e tipos de documentação é um desafio a ser encarado por quem pretende escrever história.

As novas possibilidades de delimitações de pesquisa oferecidas pelo ciberespaço, diferente de outros recortes mais tradicionais, não estão restritas regional ou temporalmente. Isso faz sentido na conjuntura atual de um mundo interconectado e aumenta as perspectivas de fazer comparações com outras realidades: “Na época da mundialização, e mais ainda, no período da globalização, duas sociedades afastadas espacialmente têm possibilidades imediatas de interinfluência, não correspondendo à situação estanque que se tinha nos períodos em que a comunicação era menos imediata” (BARROS, 2014, p. 42). Tendo isso em mente, as fontes de internet utilizadas nesta pesquisa não possuem uma delimitação fixa de localização geográfica ou temporal. Elas foram selecionadas por meio do tema das eleições presidenciais brasileiras de 2018 por sua relevância no momento de escrita deste trabalho.

Sobre as conexões que pretendemos estabelecer entre o espaço público dos cafés e da internet, seguimos as indicações de Barros para a análise de fenômenos separados pelo tempo e pelo espaço, e que, por isso, não apresentam interinfluências. Por isso, examinaremos questões específicas verificando como elas se apresentam em cada uma das duas realidades. Faremos isso tendo em vista que acontecimentos do presente mudam nossa perspectiva do passado e que essa é uma premissa importante em uma comparação entre dois períodos diferentes (BARROS, 2014).

### 3. CAPÍTULO 2: Da circulação de informações a ações políticas

Em 2019, quando uma pessoa acorda pela manhã e quer se informar sobre as primeiras notícias do dia, é bastante provável que ela vá até o celular e procure pelo site de um jornal, visite suas redes sociais, ouça um podcast ou até que abra a *newsletter* que já foi enviada para seu e-mail logo cedo. No século XVIII, essa tarefa era um pouco menos simples. Se um cidadão quisesse ler algum jornal, panfleto informativo, saber sobre as novidades do parlamento, preços de produtos ou apenas fofocas, ao invés de entrar na internet, ele iria até o café mais próximo.

As redes de informações a que estamos acostumados no século XXI não são um fenômeno inédito na história. Em diferentes momentos foram criadas diversas formas de transmitir informações. Robert Darnton faz uma reflexão sobre a imagem construída sobre a comunicação em nossos dias:

Em larga medida, ela determina o curso da política, da economia e do entretenimento comum. Constituindo um aspecto da existência cotidiana, parece algo tão amplamente disseminado que pensamos viver num mundo novo, numa ordem sem precedente, a qual chamamos ‘sociedade da informação’, como se as sociedades anteriores pouco se preocupassem com a informação (2014, p. 5).

Ele aponta que tamanha é a empolgação com o advento das tecnologias digitais que vemos a comunicação do passado como algo não relevante, como se não acontecesse nada digno de ser comunicado, noticiado ou discutido. A rede de informações estabelecida entre os cafés nos séculos XVII e XVIII é um exemplo de como, no passado, as pessoas criaram formas de comunicação capazes de promover mudanças sociais, culturais e políticas. Sem o compartilhamento de notícias, críticas e resenhas, a esfera pública política da modernidade não teria se efetivado.

#### 3.1 Os cafés como rede de informações

Atualmente, existe uma rede de informações que ocupa um lugar virtual. De forma semelhante, na Europa moderna ela se estabeleceu nas casas públicas, principalmente nos cafés – que eram estabelecimentos diferentes do que estamos acostumados no presente. De acordo com o historiador Brian Cowan, “Deveria ser fácil identificar o que era um café no amanhecer do século XVIII: um lugar onde pessoas se juntavam para tomar café, saber sobre as notícias do dia, e talvez encontrar com outros moradores e discutir assuntos de interesse mútuo” (COWAN, 2005, p. 79, tradução nossa). Mas como essa rede era composta?

Se no presente existem sites, fóruns, canais no YouTube e podcasts especializados em assuntos específicos, a Londres moderna também tinha os seus cafés que atendiam aos interesses de seus clientes:

Cada profissão, cada estamento comercial, classe, cada partido tem seu café preferido. Os juristas discutiam sobre a ciência do Direito ou a erudição, criticavam os casos mais recentes ou narravam o último boato de Westminster no Nando's ou no Grecian, nas imediações do Templo (...) As pessoas da *city* [cidadãos do centro financeiro de Londres - N. T] se encontravam para criticar a alta e a queda das ações e confirmar o nível dos prêmios de seguro no Garraway's ou no Jonathan's. Os religiosos trocavam fofocas acadêmicas ou faziam observações sobre o último sermão do dr. Sacheverells no Tuby 's ou no Child's. Após suas atribulações, os soldados se reuniam no Old ou no Young's Man, nas proximidades de Charing Cross. O St. James' ou o Smyrna eram o quartel-general dos whigs, enquanto os *tories* visitavam com frequência o Cocoa Tree ou o Ozinda's, todos na rua St. James. Os escoceses se reuniam no Forest's. Os franceses no Giles's ou Old Slaughter's em Sr. Martins Lant. Os jogadores lançavam dados no White's e nas chocolaterias ao redor do Covent Garden, os artistas honravam a vizinhança do Gresham College e os amantes das belas-artes se reuniam no Will's, no Button's ou no Tom's, na rua Great Russell, onde depois do teatro jogava-se piquet e reinava o maior divertimento até meia-noite. (...) Os comerciantes mais ricos conversavam sobre o aumento e a queda das ações no Lloyd's. No Robin's e no Mrs. Rochefort's, aconselhavam-se os ministros estrangeiros e os banqueiros. Os amantes da arte honravam o café Don Salteros em Cheyne Walk (...) (WESTERFRÖLKE *apud* HABERMAS, 2014, p. 145).

Cada um destes cafés londrinos representava um nó de uma rede de informações. Se pensarmos em comparação com a internet, seria algo parecido como websites que produzem conteúdo especializado. Ao invés de digitar um endereço no navegador, as pessoas andavam pelas ruas de Londres para o café que iria lhes prover de informações do assunto desejado. Além disso, as notícias eram levadas de um estabelecimento para outro – até mesmo quando eram falsas. O transporte das informações é relatado numa edição do jornal *Spectator* de 1712:

Havia um camarada na cidade há alguns anos que costumava se divertir contando uma mentira em Charing Cross às oito da manhã e depois a seguindo através de todas as regiões da cidade até as oito da noite; depois vinha ao clube de seus amigos e os divertia com um relato da crítica que tinha sofrido no café de Will, em Covent Garden, ou de quão perigosa foi considerada no café de Child, ou qual relação tinha sido inferida daquela mentira, sobre as ações, no café de Jonathan (ADDISON; STEELE *apud* STANDAGE, 2005, p. 1841)

Para entender melhor esta dinâmica, ao longo deste capítulo vamos nos aproximar de alguns dos locais citados, como o Lloyd's, o Garraway's, o Jonathan's, o Will's, e a Fleet Street, onde estava localizado o Nando's, e outros locais de destaque nesta rede de comunicação. Começaremos abordando os cafés que foram chamados de “universidades dos centavos”, passaremos para aqueles relacionados com os seguros de embarcações, faremos uma passagem pelos cafés que estabeleceram conexões com o mercado de ações e, finalmente, chegaremos àqueles que tiveram uma relação próxima com a imprensa propriamente dita.

A comunidade acadêmica inglesa era grande frequentadora dos cafés. As aulas passaram a ter uma espécie de extensão nesses estabelecimentos, onde os alunos tinham liberdade para debater ideias e teorias de modo informal e com cientistas de diferentes áreas. Passaram a ser chamados de “universidades dos centavos”, pois pelo preço de uma xícara de café – um ou dois centavos – qualquer um poderia se juntar às discussões (STANDAGE, 2005, p. 1707; COWAN, 2005, p. 102). A apropriação dos cafés pela comunidade acadêmica foi uma etapa importante de sua associação com o debate racional:

Embora o ideal civil não fosse, de modo algum, uma exclusividade dos virtuosos, tais maneiras eram cruciais para manter os laços que mantinham a comunidade dos curiosos juntos, e foi principalmente por meio de seus patronos virtuosos iniciais que o café passou a ser associado à sociedade educada (COWAN, 2005, p. 101, tradução nossa).

Diários de intelectuais da época, como Robert Hooke, possuem registros de discussões científicas que ocorriam nos cafés. Hooke conta que visitou pelo menos 64 cafés londrinos entre 1672 e 1680, e que raramente passava um dia em que ele não parava em pelo menos um, e às vezes até três, mesmo quando estava doente e o clima não estava bom. Para o cientista, eram locais de encontro com seus amigos e colegas, de discussões, defesa de suas teses e de adquirir conhecimento de áreas que ainda não possuía afinidade. (HOOKE *apud* COWAN, 2004, p. 105-106).

Em um de seus escritos, Hooke contou sobre uma discussão que teve com o astrônomo John Flamsteed no Garraway’s ao acusa-lo de não saber usar propriamente os seus próprios telescópios (*Idem*). Em outra ocasião, narrou um encontro que teve com o arquiteto Christopher Wren no mesmo café. Ambos discutiram sobre o funcionamento de molas: “Conversamos muito sobre a demonstração do movimento da mola. Ele narrou um interessante pensamento seu sobre um delicado barômetro (...). Contei-lhe sobre minhas escalas filosóficas com molas. (...) Ele me descreveu sua escala com corda mecânica” (HOOKE *apud* STANDAGE, 2005, p. 1895).

O presidente da Royal Society<sup>6</sup>, Samuel Pepys, também documentou em seus diários várias de suas passagens pelos cafés de Londres. Entre o fim de 1663 e início de 1664, em quase todos os dias ele escreveu que ouviu ou participou de “boas conversas” nos cafés. No dia primeiro de novembro, contou sobre uma conversa que ouviu entre médicos e boticários:

---

<sup>6</sup> A Royal Society é mais antiga sociedade científica do mundo e a principal organização nacional para a promoção da pesquisa científica na Grã-Bretanha. Teve origem em 1660 quando um pequeno grupo de cientistas resolveu se reunir semanalmente para discutir o processo de experimentação científica.

Ao meio-dia no café ouvimos uma longa e apaixonada discussão entre dois doutores do físico, dos quais um deles era o Dr. Allen, quem eu conheci em Cambridge, e uma dupla de boticários: esses mantendo a química contra seus físicos galênicos; e a verdade é que um dos boticários, quem eles mais cobraram, realmente falava de maneira bem bonita, isso é, sua linguagem e senso eram bons, embora talvez não fosse um físico tão estudado para conseguir oferecer competição a eles (PEPYS, 1663, p. 3, tradução nossa).

Esse tipo de conversa, exemplificada nos diários de Hooke e Pepys, propiciou uma espécie de ampliação do conhecimento acadêmico para os cafés e, em certa medida, a divulgação do conhecimento científico. Discussões baseadas na razão estavam acontecendo em locais públicos e menos restritivos do que as universidades ou os palácios. Cowan reflete que “A conversa e o debate na cafeteria ofereciam um importante complemento face a face ao mundo muitas vezes indisciplinado das publicações impressas e às reuniões formais da Royal Society do mundo social dos virtuosos” (2005, p. 106, tradução nossa).

A forma como Pepys descreve as discussões ocorridas nos cafés revela que, apesar de assuntos sérios serem tratados, eram “boas conversas”. Ou seja, tinham tom leve e tranquilo. Uma passagem do dia primeiro de janeiro de 1664 deixa evidente o prazer das conversas e da sociabilidade:

Daí para a cafeteria onde vem Sir W. Petty e o Capitão Grant, e nós caímos em conversa (além de um jovem cavalheiro, suponho que um comerciante, seu nome Sr. Hill, tenha viajado e eu perceba que é um mestre na maioria dos tipos de música e outras coisas) de música; sobre o caráter universal; arte da memória; a falsificação de mãos de Granger e outros discursos excelentes para meu grande conteúdo, não tendo estado em tão boa companhia por um bom tempo, e se tivesse tempo eu cobiçaria o conhecimento daquele Sr. Hill (PEPYS, 1664, p. 56).

Como é possível entender a partir desta passagem, diferente de ambientes acadêmicos formais, nos cafés as conversas tomavam caminhos imprevisíveis, passando de música para memória. Além disso, ofereciam uma pluralidade de opiniões graças ao seu caráter público. Provavelmente Pepys não teria conhecido pessoas como o citado Sr. Hill se não fosse pela casualidade dos encontros ocorridos nas cafeterias. Ao falar sobre os debates entre os intelectuais, Cowan aponta que “A esse respeito, poderia parecer com as disputas formais das universidades, mas os debates nos cafés eram diferentes em sua espontaneidade, em seu tom mais casual e em sua natureza em aberto: quando a conversa ‘esfriava’, poderia terminar com a mesma rapidez” (2005, p. 107, tradução nossa).

Além da atividade intelectual, os cafés também abrigaram atividades relacionadas ao comércio de seguros. O café de Edward Lloyd era frequentado por mercadores, capitães, donos de navios e por qualquer um que se interessasse por informações sobre o comércio internacional. O Lloyd’s era um dos locais onde era possível encontrar a apropriação dos

“correios ordinários” citados no capítulo 1. Ele mesmo redigia os informes que vinham intitulados como “*Lloyd’s News*”, e que podiam ser adquiridos por meio de assinaturas. (COWAN, 2005, p. 165; STANDAGE, 2004, p. 1940).

Além dos boletins noticiosos, no estabelecimento ocorriam leilões de navios e venda de seguros de embarcações. A atividade de seguros era tão intensa que Lloyd começou a alugar cabines para as vendas. Em 1711, um grupo de 79 vendedores se uniu e criou a Sociedade Lloyd, que mais tarde se transformaria na Lloyd’s of London, umas das maiores empresas de seguro do mundo (STANDAGE, 2004, p. 1940).

Outros cafés também estavam relacionados à circulação de informações sobre economia. No século XVIII, ainda não existia um local oficial que abrigasse negócios relacionados ao mercado de ações. Dessa forma, vários corretores utilizavam como escritórios os cafés da região onde funcionavam o Jonathan’s e o Garraway’s. Diariamente, eles iam até os estabelecimentos para encontrar clientes que estavam familiarizados com mescla do ambiente de café com a compra e venda de ações (STRINGHAM, 2002, p. 5).

No entanto, o caráter informal das negociações acabava criando problemas tanto para os corretores e clientes quanto para os donos dos cafés. Um deles era a falta de garantia que os corretores pagariam as suas dívidas. Um periódico de 1692 alertava sobre possíveis atos de má fé: “Sem dúvida, se esses ofícios fossem mais conhecidos, seria uma grande vantagem para o reino; só devo alertar os iniciantes a serem muito cautelosos, pois há muitos artistas espertos entre eles” (HOUGHTON, 1727, p. 5, tradução nossa).

A saída encontrada por Jonathan foi banir a entrada dos devedores, que ficavam conhecidos como “patos mancos”. Em 1791, Thomas Mortimer descreveu o que significava a alcunha: “Um nome dado no Change Alley para aqueles que se recusam a cumprir seus compromissos (...). A punição por falta de pagamento é banimento do Jonathan, mas eles ainda podem atuar como corretores nos escritórios” (MORTIMER *apud* STRINGHAM, 2002, p. 6).

Apesar de os corretores poderem continuar trabalhando em outros locais, ser expulso do Jonathan’s significava ter prejuízo nos negócios. Para que os inadimplentes não voltassem algum tempo depois, seus nomes eram escritos em um quadro negro que ficava na parede do café. Para diminuir as perdas, os corretores combinaram com Jonathan que pagariam uma taxa anual e em troca poderiam continuar a frequentar o local (STRINGHAM, 2002, p. 7).

Com o passar do tempo, alguns clientes começaram a reclamar da prática, pois como o café era um local público, não poderia proibir a entrada de ninguém. Um corretor interpôs uma ação contra o café e o governo declarou que o Jonathan's não tinha o direito de excluir pessoas de suas dependências. Por causa do empecilho da concorrência com devedores, em 1773 alguns

corretores foram para um novo prédio e o batizaram como “Novo Jonathan’s”. No entanto, o nome durou pouco. No mesmo ano, a *Gentleman’s Magazine* anunciou que “O novo Jonathan's chegou à resolução de que, em vez de ser chamado New Jonathan's, deve ser chamado A Bolsa de Valores, que deve ser escrito sobre a porta” (STRINGHAM, 2002, p. 8, tradução nossa). Apesar das diferenças com o mercado de ações atual, a organização foi a precursora da atual Bolsa de Valores de Londres.

Por fim, falaremos da Rua Fleet, onde estava localizado o Nando’s. O endereço é representativo da união entre os cafés e a imprensa, pois ali se encontravam algumas das gráficas e livrarias mais antigas da cidade. Além disso, havia uma abundância de cafés: estima-se que em 1700 havia cerca de 26 só nesta rua (GREEN, 2018). A associação entre cafés e publicações foi de benefício mútuo, pois enquanto os donos dos estabelecimentos atraíam clientes que queriam se informar, os jornalistas iam até as cafeterias em busca de notícias. Bastava entrar nesses cafés para encontrar material noticioso ou para escrever críticas e resenhas.

Em uma edição do jornal *Spectator*, os autores Joseph Addison e Richard Steele descrevem como iam aos cafés apenas para ouvir o que estava sendo discutido:

É muito natural para alguém que não é voltado para alegres reuniões de homens, ou assembleias do belo sexo, se deliciar com esse tipo de conversa que encontramos nas cafeterias. Aqui um homem do meu temperamento está em seu elemento; pois se ele não pode falar, ele ainda pode ser mais agradável a sua companhia, bem como se agradar, sendo apenas um ouvinte (ADDISON; STEELE, 1885, p. 178, tradução nossa).

Também é possível encontrar relatos sobre a prática em escritos de viajantes que passavam pela cidade. Um italiano chamado Lorenzo Magalotti observou que, no fim do século XVII, os cafés de Londres geralmente tinham “vários corpos ou grupos de jornalistas onde se ouve o que é ou se acredita ser novo, ser verdadeiro ou falso” (MAGALOTTI, 1980, p. 124, tradução nossa). Outro turista, o suíço César de Saussure, registrou que os trabalhadores de Londres “costumam começar o dia indo a cafeterias para ler as últimas notícias” (SAUSSURE *apud* GREEN, 2018, tradução nossa). Esse último relato revela que as publicações não eram restritas à comunidade intelectual que as pautava, mas alcançavam uma parcela maior da população.

Além das publicações profissionais, os donos dos cafés também viram nas notícias uma oportunidade de negócio – como foi o caso de Lloyd. Utilizavam a venda de publicações como forma de complementar a renda e alguns chegaram até a produzir seus próprios boletins noticiosos. A atividade era vantajosa, pois alguns clientes pagavam por uma espécie de

assinatura destes informes escritos nos cafés. Há registros que mostram que em 1683 os preços variavam de 16 a 150 libras por ano, dependendo da qualidade e da demanda do material (COWAN, 2005, p. 173).

No entanto, essa união dos jornais com os cafés não foi vantajosa o tempo todo para os donos dos estabelecimentos que produziam os próprios informes. Em 1729, foi publicado um panfleto nomeado “*The case of the coffee-men of London and Westminster*”, no qual donos de cafés reclamavam da concorrência. Escreveram que alguns jornais se instalavam em seus estabelecimentos e acabavam prejudicando as vendas de suas publicações próprias:

Quando um jornal é criado pela primeira vez, se é bom para qualquer coisa, os donos de cafés são, de certa forma, obrigados a aceitá-lo. E um jornal uma vez recebido em um café, não é facilmente expulso novamente (...). Cada jornal em uma cafeteria tem seu conjunto de partidários, para cujos humores e entendimentos é mais adequado do que o resto. E se um proprietário de café colocar um jornal tosco e mal-humorado fora de suas portas, é dez para um, mas alguns de seus clientes o seguem, e ele não vê mais nenhum deles (THE CASE of the coffee-men *apud* COWAN, 2005, p. 174, tradução nossa).

O panfleto demonstra como os editores sabiam que o público das notícias se encontrava nos cafés públicos e que identificavam os estabelecimentos específicos onde encontrariam leitores interessados no tipo de material que escreviam. Também é possível perceber que, além de os cafés serem locais fáceis de venda de publicações, ainda fidelizavam o público leitor. É possível perceber isso pela reclamação de que se o jornal fosse “expulso” de um estabelecimento, alguns clientes iriam embora com ele. Podemos até concluir que, em muitos casos, a leitura de notícias era um atrativo maior que beber o café. E a atividade não era um ato individual, pois de acordo com Cowan, a leitura em voz alta de notícias e outras publicações era prática comum nos cafés. Isso contribuiu em grande medida para a disseminação de informações dentre os iletrados.

No capítulo 1, comentamos que as publicações do século XVIII funcionavam como veículo da opinião pública e que os textos possuíam um tom pedagógico. Esses elementos são encontrados nos escritos de Richard Steele e Joseph Addison, criadores dos jornais *Tatler*, *Guardian* e *Spectator* e frequentadores dos cafés das imediações da Rua Fleet. O primeiro número da *Tatler* foi lançado em 1711 por iniciativa de Steele. A publicação circulou no período entre 1709 a 1711 com três edições por semana. Grande parte dos artigos eram assinados indicando a localização de um café (DOBSON, 1885).

Logo nessa primeira edição da *Tatler*, Steele já explicitou a relação com os cafés ao explicar que as seções de seu periódico seriam divididas conforme os assuntos associados a cada estabelecimento: “Todos os assuntos de galanteria, prazer e entretenimento serão tratados

sob o título da Chocolateria White; a poesia fica associada ao café de Will; o conhecimento fica sob o título Grecian; quanto às notícias externas e nacionais, você encontra sob o título do café de St. James” (ADDISON, 1709).

Após algumas contribuições de Addison para a *Tatler*, ele se juntou com Steele e ambos lançaram a *Spectator* (espectador em português), que foi publicada diariamente nos anos de 1711 e 1712. Diferente da primeira, que abordava assuntos de entretenimento, poesia e notícias, na *Spectator* os autores escreviam textos ficcionais como se fossem apenas observadores da sociedade. Eles criaram o chamado “clube de espectadores”, que nada mais era do que um conjunto de pseudônimos. Cada um dos nomes representava um personagem que servia para que pudessem exaltar as próprias ideias.

Os artigos escritos pela dupla de escritores e seu grupo de pseudônimos faziam bastante sucesso na época. As estimativas são de que a *Spectator* sozinha vendia de três a quatro mil exemplares por dia. Seu alcance era ainda maior se considerarmos a hipótese de Addison que cada artigo foi lido por cerca de 20 pessoas – o que faz sentido se considerarmos a leitura em voz alta (COWAN, 2005, p. 230). Mas o que era escrito nestas publicações tão populares que funcionavam como amplificadoras da opinião pública?

Cowan aponta que “Os jornais *Tatler*, *Spectator* e *Guardian* usavam os cafés como uma espécie de palco virtual no qual podiam expor as fraquezas e as tolices do comportamento masculino na esfera pública” (2005, p. 230). Eles defendiam uma ética característica da nova esfera pública burguesa, uma ética que pregava o comportamento polido nos espaços públicos. Dessa forma, comentavam o tipo de vestimenta, da forma de falar e de agir.

Podemos entender que tipo de comentário era feito nos periódicos ao examinarmos um trecho publicado na *Tatler* por Isaac Bickerstaff, pseudônimo de Steele: “O propósito geral deste artigo é expor as falsas artes da vida, tirar os disfarces de astúcia, vaidade e afetação e recomendar uma simplicidade geral em nossas roupas, nosso discurso e nosso comportamento” (STEELE *apud* COWAN, 2004, p. 347, tradução nossa).

Ao condenar características como astúcia, vaidade e afetação, o autor demonstra que se sente incomodado com atitudes que buscam chamar a atenção. É possível perceber que Addison prefere comportamentos e formas de auto apresentação mais comedidos e discretos. No entanto, a forma como ele expressa essa opinião não é apenas relatando uma preferência pessoal. Ele tem a intenção de expor sua atitude recriminatória para milhares de pessoas que leriam seu artigo.

Vemos o mesmo tom condenatório em outro artigo que foi publicado na *Spectator*. Basicamente, o autor comenta sobre os diferentes tipos de pessoas que observa em suas estadias

nos cafés. Em certo ponto, fala sobre estudantes que chegam a um determinado café a partir das 8h da manhã e que “(...) se levantam cedo para nenhum outro propósito senão publicar sua preguiça” (ADDISON; STEELE *apud* DOBSON, 1885, p. 179, tradução nossa). Após descrever a rotina dos estudantes naquele estabelecimento, ele escreve:

Quando o dia fica muito movimentado para esses cavalheiros aproveitarem por mais tempo os prazeres de seu jeito relaxado com qualquer tipo de confiança, eles dão lugar aos homens que têm negócios e bom senso em suas faces, e vêm para o café tanto para fazer negócios como para aproveitar conversas. As pessoas cujos comportamentos e discursos tenho mais apreço são as que estão entre esses dois tipos de homens: eles não têm espíritos ativos demais para se contentarem e satisfazerem numa condição privada, nem aparências muito mornas para fazê-los negligenciarem as responsabilidades e relações da vida (*Idem*).

Ao criticar dois tipos de comportamentos bastante diferentes e almejar que as pessoas ajam de acordo com o que o autor considera um equilíbrio, é possível notar o desejo de estabelecer regras de comportamento no ambiente dos cafés. Este tipo de posicionamento explicita o que Habermas classificou como “jornalismo de escritores”. Ele aponta que na Inglaterra do século XVIII “(...) diversos escritores começaram a usar o novo instrumento da imprensa periódica para obter eficácia publicística em sua discussão mediante razões, conduzida com intenção pedagógica” (2014, p. 397).

No caso da *Tatler* e da *Spectator*, identificamos que essa intenção pedagógica possuía tom excludente. Ao mesmo tempo em os autores aproveitavam a novidade dos ambientes públicos de sociabilidade e discussão, escreviam artigos dando a entender que havia pessoas não desejadas. Eles não demonstravam apreço pela pluralidade representada pelo público que frequentava os estabelecimentos e criticavam aqueles por quem se sentiam incomodados.

Cowan enxerga nessas duas publicações – com ênfase na *Spectator* – um projeto que se enquadrava nas transformações da sociedade ocorridas por causa da nova esfera pública: “Longe de defender uma sociedade de cafés com fácil acesso, leitura de jornais sem restrições e debate político na esfera pública, o projeto *Spectator* visava a dominar e disciplinar essas práticas” (2004, p. 346, tradução nossa). Addison e Steele tinham consciência do potencial político que as reuniões de pessoas nos espaços públicos possuíam e queriam utilizá-lo ao seu favor.

O historiador ainda aponta que os autores tinham proximidade com o partido liberal inglês, e que, como entendiam que os espaços públicos estavam começando a exercer influência na política, queriam torná-lo mais alinhado com seus ideais. De acordo com Cowan,

Entendida devidamente no mundo mental do projeto *Spectator*, o café não era a realização prática da esfera pública habermasiana, mas sim a sede de toda uma série de ansiedades sobre o comportamento adequado naquele espaço público. As

atividades cafeeiras, como leitura de jornais, discussão política e socialização de clubes, eram todos objetos do projeto de reforma da *Spectator*. O objetivo dessa reforma não foi a perpetuação de uma esfera pública racional. O objetivo era, antes, construir um mundo social que fosse receptivo à sobrevivência da política liberal durante um tempo em que o futuro dos princípios do partido liberal não eram claros (*Idem*, p. 347, tradução nossa).

De qualquer forma, mesmo que a intenção de Addison e Steele não fosse que sua publicação incentivasse a prática da livre participação na esfera pública, seus escritos são resultado da ampliação do espaço de discussão política. A *Tatler* e a *Spectator* eram difusoras das opiniões proferidas nos cafés e um termômetro de como estavam as críticas à sociedade da época.

### **3.2 A internet como nova estrutura da rede de informações**

No século XXI, a internet tem modificado a forma como as pessoas se relacionam com as informações, com a imprensa e até mesmo com outras pessoas. Essa transformação apresenta alguns paralelos com o que aconteceu no espaço público do século XVIII. Neste subcapítulo, abordaremos o ciberespaço como local de sociabilidade, de circulação de dados e de debate de ideias fazendo comparação com a esfera pública desenvolvida nos cafés. Nos concentraremos, especialmente, na análise das redes sociais porque elas possibilitam o compartilhamento de qualquer conteúdo da internet, seja de um site noticioso ou não. Por isso, são peça fundamental na difusão de informações. Além disso, elas possuem um número bastante expressivo de usuários: cerca de 3,4 bilhões de pessoas no mundo usam redes sociais (WE ARE SOCIAL/HOOTSUITE, 2019).

O uso de redes sociais se tornou tão corriqueiro para algumas pessoas que a expressão “entrar na internet” é frequentemente utilizada quando um indivíduo irá conectar-se a elas. De forma semelhante a Hooke, Pepys e outros frequentadores dos cafés que iam até o estabelecimento que lhes proporcionaria um círculo de pessoas e informações específico, os usuários de internet acessam o site que mais interessar naquele momento. Pode ser o WhatsApp, o Facebook, o Twitter, o YouTube, o Instagram, o LinkedIn e várias outros.

Antes de adentrarmos na comparação entre os cafés e as redes sociais, é necessário entender a transposição desse conceito para o mundo virtual. De acordo com Raquel Recuero, “Redes sociais na Internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões. Essas representações são, geralmente, individualizadas e personalizadas” (2009, p. 38). A autora aponta que os sites de redes sociais são espaços públicos em que as pessoas se relacionam com a mediação da tecnologia. Para isso, cada usuário deve criar um perfil que

serve como sua identidade naquela rede e a permite que entre em contato com outros indivíduos, empresas ou instituições.

Cada site de rede social virtual suporta inúmeras outras redes sociais que são criadas por cada usuário, pois é ele que define com quem estabelecerá conexões. A estrutura da rede é formada pelas conexões, que são sustentadas pelo aparato tecnológico, mas mantidas com diferentes níveis de proximidade pelos próprios indivíduos. Recuero afirma que

É apenas por conta desta mediação específica que é possível a um ator ter, por exemplo, centenas ou, até mesmo, milhares de conexões, que são mantidas apenas com o auxílio das ferramentas técnicas. Assim, redes sociais na Internet podem ser muito maiores e mais amplas que as redes *offline*, com um potencial de informação que está presente nessas conexões (2009, p. 39).

Assim, podemos entender que uma pessoa que utilize redes sociais virtuais tem alcance a um número de conexões muito maior do que teria no mundo material. No ciberespaço ela pode se relacionar com pessoas que já conhece previamente, com quem conheceu por meio das redes e até mesmo ver conteúdos compartilhados por indivíduos com quem não tem proximidade alguma.

Essas últimas relações são estabelecidas, principalmente, em redes em que não há necessidade de conversação, pois um perfil “segue” o outro e tudo é compartilhado publicamente. Os usuários veem o que outras pessoas com quem estão conectadas estão fazendo sem a necessidade de interação. Essas conexões, que são chamadas por Recuero de conexões de filiação ou associação, tornam mais complexo o processo de difusão de informações, pois não há controle da audiência do conteúdo publicado (2009, p. 40). Em seus perfis, os usuários veem o que o amigo de um amigo curtiu<sup>7</sup>, compartilhou<sup>8</sup> ou publicou, por exemplo.

Além disso, essas conexões que possuem um certo distanciamento dificultam o rastreamento das fontes de informação. Um exemplo são os grupos de WhatsApp criados no período eleitoral. Eles foram espaços onde conteúdos sem qualquer referencial de origem foram compartilhados indiscriminadamente com listas de contatos de pessoas cuja única conexão era estarem presentes no mesmo grupo. Na oportunidade, centenas de notícias falsas (ou *fake news*) foram espalhadas rapidamente devido à essas conexões de filiação. (GRAGNANI, 2018).

Conhecendo as premissas sobre as redes sociais discutidas até o momento, é possível traçar um paralelo entre um participante de uma rede social e os frequentadores dos cafés. Se Addison e Steele afirmavam na *Spectator* que, às vezes, entravam nos cafés apenas para serem

<sup>7</sup> Em alguns sites de redes sociais, como Facebook, Twitter e Instagram, existe um botão de ação chamado “curtir”. A ação de clicar neste botão demonstra um nível de aprovação de um conteúdo por um usuário.

<sup>8</sup> Nesse caso utilizamos “compartilhamento” com o sentido de republicação de conteúdo de terceiros.

ouvintes, nas redes sociais virtuais é possível estar presente apenas consumindo conteúdo. Mas se o desejo for emitir opiniões, em ambos os espaços é possível.

Essa característica do ciberespaço demonstra como ele une elementos de espaços de sociabilidade e de meios de comunicação. Diferente dos jornais impressos, da televisão e do rádio, o ciberespaço é, ao mesmo tempo, suporte para as notícias e espaço de discussão. Essa configuração é diferente tanto da circulação de informações no século XVIII quanto do século XX. No entanto, apresenta semelhanças com os dois períodos. Para entender essa transformação, vamos retomar rapidamente esses três momentos que já foram explorados no primeiro capítulo.

Um elemento essencial para que a esfera pública política se efetivasse nos cafés foi transmissão de informações pela fala, seja pela leitura em voz alta de boletins noticiosos ou pelos discursos proferidos. Isso permitia que as pessoas presentes nos cafés emitissem opiniões e promovessem debates num clima que prezava pela igualdade. Nesse contexto, os jornais não tinham o formato noticioso que possuem no presente, mas funcionavam como amplificadores das opiniões formadas na esfera pública dos cafés.

No século XX, com o desenvolvimento do jornalismo num contexto mercadológico, o consumo de notícias se tornou um ato mais individualizado. A mídia impressa, o rádio e a televisão deixaram de ser pautados pela opinião pública ao mesmo tempo em que estabeleceram uma comunicação unidirecional. Os receptores não aparecem nas páginas dos jornais da mesma forma que no século XVIII e não possuem espaço para debate na imprensa. Em seu lugar estão os anúncios e os interesses privados que desejam influenciar as demandas públicas.

No entanto, a internet e as redes sociais surgidas no século XXI alteraram, mais uma vez, a relação do público com as informações. Os jornais passaram a ocupar as páginas da *web* e a transpor suas reportagens para um formato virtual. Nesse momento, o suporte para as notícias não era mais exclusividade da imprensa. Para colocar informações no ciberespaço, tanto para empresas midiáticas quanto para um cidadão comum, o único aparato técnico necessário é o mesmo: um computador ou um dispositivo móvel.

Assim, as pessoas passaram a dividir novamente o espaço de circulação de informações e de sociabilidade. Um dos espaços que são divididos de forma mais próxima entre notícias e leitores são as caixas de comentários de sites jornalísticos. Um exemplo de notícia que teve alto engajamento de usuários foi uma publicada pelo G1 durante a campanha eleitoral para o segundo turno em 2018. Intitulada “Ibope para presidente, votos válidos: Bolsonaro, 59%; Haddad, 41%”, a publicação teve 3542 comentários (G1, 2018). Sites especializados em temas como saúde, tecnologia, educação, ciência, finanças, culinária, automobilismo e tantos outros

assuntos também possuem um público assíduo que os acessa em busca de notícias e faz comentários nas publicações.

Contudo, é possível estabelecer uma hierarquia entre textos publicados por jornalistas e as caixas de comentário. Enquanto o texto está em destaque, os comentários ocupam a parte inferior da página de forma recolhida. Ambos estão no mesmo endereço no ciberespaço, mas não tem o mesmo nível de importância para quem chega até ele. Essa pode parecer uma constatação óbvia, mas sentimos a necessidade de apontá-la para contrastar com a interação que existe entre notícias e comentários nos sites de redes sociais.

Quando os veículos de comunicação criam perfis em redes sociais, eles passam a ocupar o mesmo local que outros usuários. Não há diferença entre o espaço das notícias e publicações pessoais. Ambas estão em um mesmo nível de hierarquia, têm as mesmas limitações técnicas (como o número de caracteres permitido em cada publicação, por exemplo). É como se tivessem o mesmo status de importância quando se trata de informação. É claro que não há como retirar a credibilidade das fontes da equação, um jornal quase sempre é visto com mais confiança do que um desconhecido. Mas isso significa que é aberta uma nova possibilidade de disseminação de conteúdo, seja de um veículo de comunicação ou de um indivíduo comum.

Isso ocorre porque em redes como Twitter e Facebook é possível republicar o conteúdo de terceiros. Essa reprodução pode ocorrer por meio de retuítes e compartilhamentos<sup>9</sup>, que podem ser apenas a reprodução do que já havia sido publicado ou podem vir com a adição de comentários. Recuero reflete que

Neste caso, as redes sociais vão atuar de forma a coletar e republicar as informações obtidas através de veículos informativos ou mesmo de forma a coletar e a republicar informações observadas dentro da própria rede. Estes são os casos mais comumente observados em termos de difusão de informações (2009, p. 46).

É desta forma que muitas notícias e informações publicadas por usuários acabam se difundindo: pela reprodução feita por perfis das redes sociais. Muitas vezes, as pessoas o fazem por considerarem aquele conteúdo importante e por julgarem que vai interessar a quem pertence à sua rede de contatos. Podemos concluir que “Ao repassar informações que foram publicadas por veículos, os atores estão dando credibilidade ao veículo e tomando parte dessa credibilidade para si, pelo espalhamento da informação” (*Idem*).

Por meio dessas republicações é possível promover debates de forma mais efetiva do que apenas nas caixas de comentários de sites. A discussão é aberta, mais visível e mais

---

<sup>9</sup> “Retuíte” e “compartilhamento” são as formas que o Twitter e o Facebook, respectivamente, chamam as republicações entre usuários.

facilmente acessível. Qualquer um que entre em contato com um debate acontecendo nas redes pode participar dele. Vemos nessa dinâmica uma aproximação com a forma como as informações circulavam nos cafés. Ao invés de compartilhar ou retuitar uma notícia, os frequentadores de cafés iam de um ao outro espalhando a notícia e promovendo debates entre aqueles que as ouviam.

Algumas vezes, discussões nas redes sociais sobre determinada notícia tomam proporções tão grandes que acabam sendo objeto de matérias jornalísticas de forma semelhante às conversas que eram reproduzidas em periódicos como o *Tatler* e o *Spectator*. Addison e Steele julgavam o que valia a pena ser publicado em suas visitas habituais aos cafés, mas como na internet há um fluxo muito grande de informações a todo momento, os jornalistas do século XXI precisam utilizar ferramentas que reúnam dados sobre as discussões virtuais mais relevantes.

Uma tática utilizada para medir a reverberação que as notícias estão causando nas redes sociais é uma lista sistematizada pelo Twitter chamada *trending topics*. Por meio dela, é possível clicar em cada item e conferir o que os usuários estão falando sobre o tema. No exemplo da figura 1 vemos a lista dos *trending topics* do dia 9 de junho de 2019. Se um usuário quisesse saber mais sobre algum dos assuntos citados, bastava clicar em cima do item que uma lista de tuítes que citaram a palavra-chave seriam mostrados. Assim, seria possível ter acesso a notícias e comentários sobre o tema, além de republicar algum dos conteúdos ou fazer comentários sobre eles.

FIGURA 1 - Lista dos *trending topics* do Brasil em 9/6/2019 e lista de tuítes que citam a palavra-chave VazaJato.

The image shows two parts of a Twitter interface. On the left is the 'Assuntos do momento: Brasil' (Trending Topics) list, and on the right is a tweet from Mauricio Costa (@mjcosta\_) with a list of six points.

**Assuntos do momento: Brasil**

- #VazaJato**  
Site divulga mensagens privadas entre Moro e Dallagnol
- Moro**  
Site divulga mensagens privadas entre Moro e Dallagnol
- #EuApoioLavaJato**  
38,7 mil Tweets
- #MasterChefBR**  
"Masterchef" tem caixa misteriosa e, claro, a Haia
- #BigLittleLies**  
garcia\_camila está tweetando sobre isso
- Intercept**  
Site divulga mensagens privadas entre Moro e Dallagnol
- Chiquititas**  
Rafael Miguel, de "Chiquititas", é morto junto com os pais em São Paulo
- Rafael Miguel**  
Rafael Miguel, de "Chiquititas", é morto junto com os pais em São Paulo
- LulaLivre**  
16,9 mil Tweets

**Tweet from Mauricio Costa (@mjcosta\_):**

- 1) Li toda a matéria do Intercept;
- 2) Não vi nada demais, nenhuma prova fabricada;
- 3) Muito barulho por nada;
- 4) Lula continuará preso, babacas!
- 5) Já podemos ir dormir.
- 6) Mas antes disso,

Fonte: Twitter.

É possível notar que entre os assuntos mais comentados pelos usuários brasileiros do Twitter naquele dia estavam os termos “VazaJato”<sup>10</sup>, “Moro”, “EuApoioaLavaJato” e “Intercept”. Todos os tópicos são relacionados a notícias publicadas pelo site “The Intercept Brasil”. Nas reportagens foram divulgadas supostas trocas de mensagens entre o procurador da República Deltan Dallagnol, outros integrantes da força-tarefa da Lava Jato<sup>11</sup> e o então juiz federal Sérgio Moro, que era responsável por julgar os casos da Lava Jato na 1ª Instância da Justiça em Curitiba (PR), onde a investigação começou (DEMORI; GREENWALD; REED, 2019).

Dois dias após a publicação das notícias pelo Intercept, já era possível encontrar matérias sobre as reações dos usuários do Twitter. Uma delas foi publicada pelo jornal “Folha de São Paulo” e fez o seguinte balanço: “As reações, de lado a lado, refletiram a impermeabilidade de costume entre as bolhas políticas do Twitter: uns denunciando conluio entre acusação e magistrado na condenação do ex-presidente Lula; outros, ‘vazamento criminoso’ de diálogos privados entre autoridades” (MARSIGLIA, 2019).

Para comprovar o argumento, o autor da matéria citou uma série de tuítes de políticos, artistas e outras pessoas que são conhecidas pelo público brasileiro. Entre eles estavam o escritor Paulo Coelho, a ex-presidenta Dilma Rousseff, o governador do Maranhão Flavio Dino, o deputado e líder do governo na Câmara dos Deputados Vitor Hugo de Araújo Almeida, o cantor Roger Moreira, e até mesmo o próprio Sérgio Moro.

Esta publicação da Folha de S. Paulo nos leva a duas constatações. A primeira é que se algo é pautado por um veículo de comunicação, isso quer dizer que foi considerado relevante para o interesse público. De acordo com Tania de Luca,

Pode-se admitir, à luz do percurso epistemológico da disciplina e sem implicar a interposição de qualquer limite ou óbice ao uso de jornais e revistas, que a imprensa periódica seleciona, ordena, estrutura e narra, de uma determinada forma, aquilo que se elegeu como digno de chegar até o público (LUCA, 2005, p. 139).

Isso quer dizer que as discussões ocorridas nas redes sociais foram elegidas como dignas de ocupar espaço dos jornais. Apesar de o formato do jornalismo atual ser diferente daquele com intenções pedagógicas do século XVIII, podemos dizer que, de certa forma, os debates

---

<sup>10</sup> O trocadilho foi criado após o site “The Intercept” divulgar supostas trocas de mensagens entre o procurador da República Deltan Dallagnol, outros integrantes da força-tarefa da Lava Jato e com o então juiz federal Sérgio Moro, que era responsável por julgar os casos da Lava Jato na 1ª Instância da Justiça em Curitiba (PR), onde a investigação começou. Para mais informações, ver: DEMORI; GREENWALD; REED, 2019.

<sup>11</sup> Operação Lava Jato é como foi denominado um conjunto de investigações realizado pela Polícia Federal com o objetivo de apurar crimes de corrupção. A operação teve início em 2009 e ainda estava em curso no período de escrita deste trabalho.

públicos virtuais também são amplificados pela imprensa. É como se o jornal legitimasse as opiniões e pronunciamentos ao colocá-los em suas páginas e a internet fosse vista como espaço onde se discutem assuntos relevantes a uma coletividade.

A segunda constatação é que o uso das redes sociais por autoridades (como o atual ministro da Justiça Sérgio Moro, deputados e governadores) demonstra que elas são vistas como um canal de comunicação legítimo para pronunciamentos oficiais. Outro caso que demonstra que isso vem acontecendo é do próprio atual presidente Jair Bolsonaro, que frequentemente faz anúncios e pronunciamentos no Twitter. É possível notar semelhanças da prática com os boletins noticiosos do século XVIII comentados no item 2.3. Reis e príncipes publicavam informes da corte porque sabiam que seriam lidos pela burguesia nos cafés. Em ambos os casos, integrantes do poder público utilizam as redes de informações como um instrumento legítimo para a comunicação da administração pública.

Até o momento, tratamos de aspectos que aproximam a internet dos cafés. No entanto, existem algumas características que afastam os dois objetos analisados. Trataremos de duas questões: a pluralidade dos cafés que não ocorre integralmente no ciberespaço, e a inserção da internet no contexto da comunicação de massa. Iniciaremos abordando a questão da pluralidade. Para isso, discutiremos o que a privacidade tem a ver com o problema.

A participação no espaço público da internet se dá a partir de um local privado. Apesar de o ciberespaço ser compartilhado, não é um local material, mas sim virtual. Por causa disso, é possível agir à distância. Resgatando do primeiro capítulo o conceito de Arendt, privado supõe a existência da privação de alguma coisa. No caso da internet, os indivíduos estão privados da materialidade, de um espaço em que corpos físicos podem se encontrar face a face (MARCONDES, 2006b, p. 75). Mas qual o significado da presença física em discussões no espaço público?

A partir de reflexões de Diana Saco, Marcondes afirma que:

Por um lado, dizer que a corporificação é fundamental para a democracia significa dizer que há uma real impossibilidade de vermos triunfar uma democracia eletrônica ou virtual. No entanto, se entendermos a questão segundo a Grécia de Arendt e Habermas, perceberemos que, muito além do físico, são indispensáveis as ações, o verbo, as interações, as trocas de ideias e experiência (2006b, p. 77).

Concordamos com a autora que a democracia se efetiva por meio de ações, palavras, interações e trocas e que para isso não há necessidade de presença física. No entanto, foram desenvolvidos mecanismos no ciberespaço que dificultam o exercício da democracia e representam uma barreira na troca de ideias e experiências.

Um exemplo são as possibilidades de ações fornecidas pelas redes sociais. Em uma interação entre duas ou mais pessoas, se uma delas se sentir incomodada por uma opinião diferente da sua, pode bloquear as demais. Isso quer dizer que um usuário ou grupo de usuários não poderão interagir com o autor da ação. Essa atitude não é possível no mundo físico. Pode parecer uma atitude simplória, mas fora do virtual somos obrigados a conviver com sujeitos de opiniões diferentes. A falta do face a face tem mostrado uma série de atitudes intolerantes.

Esse comportamento é levado ao limite por grupos radicais de extrema-direita. Dilton Maynard aponta que “A simples ideia de que qualquer pessoa pode expressar a sua visão de mundo para uma imensa massa contribuiu significativamente para o desenvolvimento de extremismos on-line” (2011, p. 73). O autor afirma que grupos extremistas organizados, cientes do poder da internet como ferramenta política, atuam disseminando discurso de ódio desde os anos 1990. O ciberespaço torna suas ações mais frequentes porque oferece a possibilidade de conexão e articulação entre vários desses indivíduos. Em seu texto, o autor conta sobre um site chamado *Valhalla*, que foi tirado do ar por uma decisão judicial porque divulgava conteúdo de cunho antissemita (*Idem*). Acreditamos ser desnecessário nos alongarmos numa exposição do porquê o discurso de ódio não é compatível com a democracia e com a esfera pública abrigada nos cafés. Exemplos desse tipo de atitude ao longo da história falam por nós.

Outro fator que afeta profundamente a pluralidade na internet são os “filtros bolha” explicados no item 2.4, pois de maneira imperceptível eles acabam criando ambientes personalizados que não favorecem o debate entre diferentes ideias. Esse tipo de problema não existia nos cafés, pois como vimos nos relatos de Hooke, Pepys, Addison e Steele, conversas eram travadas entre completos estranhos nesses ambientes. Por causa disso, os cafés eram um ambiente de aprendizado e de extensão do conhecimento acadêmico. Se não fosse por esses estabelecimentos e pelos salões, os cientistas se limitariam aos espaços universitários e informações dos boletins noticiosos seriam restritas a uma parcela muito menor da população. O acesso livre e diversificado era uma característica inerente à esfera pública burguesa. Mas os “filtros bolha” impedem que o mesmo ocorra com a internet.

A segunda questão que diferencia a internet dos cafés é seu desenvolvimento em um contexto mercadológico. Como discutimos no primeiro capítulo, no século XX a imprensa passou a dividir espaço com a publicidade e isso alterou o seu papel na esfera pública. Interesses privados passaram a ser apresentados como se fossem de relevância pública. Como o ciberespaço pode ser ocupado por qualquer um, as informações também se misturam com a publicidade. Em quase todas as páginas da internet que visitamos existe um banner publicitário.

Novamente, isso altera a liberdade e a autonomia de escolha e posicionamento dos indivíduos na rede.

Os mesmos mecanismos que colhem informações de navegação para personalizar experiências na internet (como comentado no item 2.4) também são utilizados por empresas para direcionar o tipo de publicidade que cada usuário verá em sua tela. Parisier explica como esse processo ocorre:

Segundo um estudo do *Wall Street Journal*, os cinquenta sites mais visitados da internet, sejam eles a CNN, o Yahoo ou o MSN, instalam cada um, em média, 64 *cookies*<sup>12</sup> repletos de dados e *beacons*<sup>13</sup> de rastreamento pessoal. Se buscarmos uma palavra como “depressão” no Dictionary.com, o site irá instalar 223 *cookies* e *beacons* de rastreamento em nosso computador, para que outros sites possam nos apresentar anúncios de antidepressivos. Se compartilharmos um artigo sobre culinária na ABC News, seremos perseguidos em toda a rede por anúncios de panelas revestidas de Teflon. Se abrirmos – por um mero instante – uma página que liste sinais para identificar se nosso cônjuge está nos traindo, logo seremos assombrados por anúncios de testes de paternidade por DNA (2012, p. 9).

A experiência de entrar em um site e começar a ver propagandas com o assunto relacionado é algo que praticamente todo usuário de internet viveu. As investidas mercadológicas são muito mais incisivas na internet do que em jornais impressos. Os assuntos que nos interessam estão diretamente associados a anúncios não requisitados, mas que têm relação com o que estamos buscando. Isso desvia a atenção para um produto ou serviço e acaba direcionando o percurso e as escolhas de quem está navegando na internet.

Existem casos em que os anúncios são tão invasivos que acabam afastando usuários de determinado site. Por causa do descontentamento que a publicidade desmedida é capaz de gerar, novas técnicas são criadas para disfarçar os anúncios. Uma delas é chamada *native advertising* ou publicidade nativa. Esse tipo de publicidade tenta fazer um anúncio parecer um conteúdo informativo produzido pelo site acessado. As empresas tentam vender produtos, serviços e ideias sem que os usuários saibam.

No site da Resultados Digitais, empresa que oferece esse tipo de serviço, a publicidade nativa é descrita da seguinte maneira:

---

<sup>12</sup> “Quando você visita um site pela primeira vez, este envia um cookie como resposta para o seu navegador, contendo as suas preferências, em formato de texto. Este pequeno arquivo ficará armazenado em seu computador até que perca sua validade. Enquanto o cookie estiver salvo em seu PC, toda vez que você digitar o endereço do site, o seu navegador irá enviar este arquivo para o site que você está conectado. Desta maneira, as suas configurações serão aplicadas de maneira automática” (GUGIK, 2008).

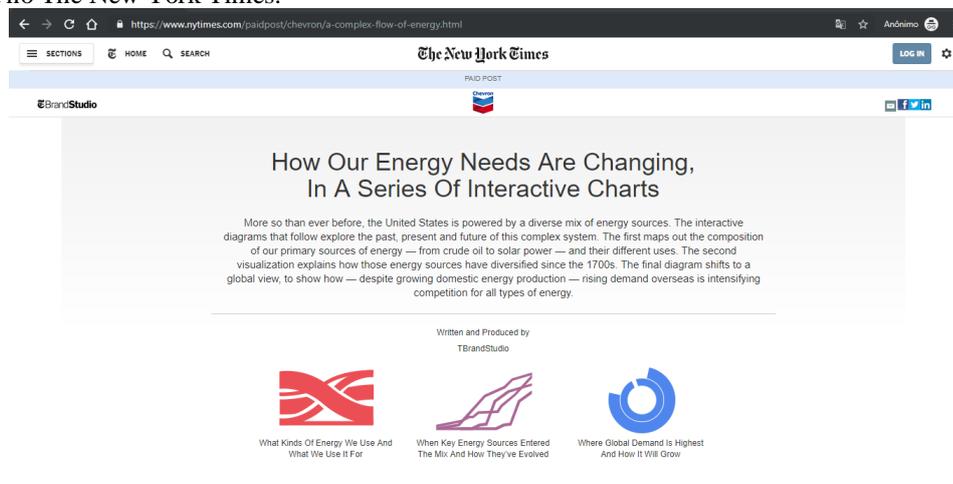
<sup>13</sup> “Um *web beacon* (ou um *web bug*) é uma técnica usada em páginas de Internet ou mensagens de e-mail, de modo bastante discreto, que permite verificar se o usuário acessou algum conteúdo. Sendo assim, serve para monitorar quem está lendo uma página, e-mail ou obter dados dos sistemas usados no computador” (COSSETTI, 2017).

Ela é uma forma de entregar anúncios relevantes para determinado público em um contexto que não atrapalhe sua experiência. Na prática, são anúncios que geralmente aparecem como recomendações de conteúdo dentro de sites de notícia. Muitas vezes, por parecerem uma notícia, eles aparentam ser um conteúdo do próprio site (LIPINSKI, 2017).

Podemos concluir que a estratégia da não diferenciação entre conteúdo noticioso e publicitário, para a Resultados Digitais, é uma estratégia desejável de vendas. Essa técnica não preza pelo conhecimento crítico ou pelo debate de ideias, ela busca somente induzir os leitores ao consumo. Ao falar sobre os anúncios digitais tradicionais, o site ainda faz a seguinte pergunta: “Mas então, como criar anúncios que não só não atrapalhem o leitor, mas ainda ofereçam algo que ele quer?” (*Idem*). A resposta dada é que a solução é a publicidade nativa. Ou seja, a única barreira para criar o desejo de consumo é a forma como um produto é oferecido. Se o usuário achar que o que está vendo é um conteúdo apenas informativo, mas que na verdade é um anúncio tentando se disfarçar, será mais fácil vender a ideia desejada pelo anunciante.

Um exemplo desse tipo de propaganda pode ser visto na versão online do jornal The New York Times:

FIGURA 2 - “How our energy needs are changing, in a series of interactive charts” (Como nossas necessidades de energia estão mudando, numa série de gráficos interativos). Publicidade nativa paga pela Chevron e publicada no The New York Times.



Fonte: <https://www.nytimes.com/paidpost/chevron/a-complex-flow-of-energy.html>

Num primeiro olhar, a matéria sobre fontes de energia parece igual a qualquer outra do site. No entanto, no cabeçalho, logo abaixo do título do jornal, aparece a informação de que a reportagem foi paga pela Chevron, empresa do ramo petrolífero. O patrocínio aparece em tamanho tão pequeno que pode passar facilmente despercebido pelos leitores. Como a Chevron atua diretamente no ramo de geração de energia, existem interesses mercadológicos que orientam a matéria. Nesse caso, podemos concluir que existe a possibilidade de incutir nos usuários opiniões provenientes de conteúdo parcial e que é fruto de interesses privados.

A partir dessas informações, podemos afirmar que a internet, da mesma forma como a imprensa a partir do século XX, interfere no processo de discussão pública. Marcondes faz uma análise baseada em Habermas em que ressalta como o autor acredita que conforme o espaço da discussão se transforma também em local de consumo, a crítica é prejudicada:

Reconhece que, conforme avança a mudança estrutural da esfera pública e se vislumbra um cenário pós-moderno, a realidade é distorcida e entra em declínio: a razão dá lugar à distração e ao consumo. A extinção da crítica na esfera pública contribui para a anulação das capacidades políticas do homem e, em consequência, para o abuso de poder e a manipulação das massas (2006a, p. 6).

Dessa maneira, na internet as discussões não ocorrem de maneira tão livre como nos cafés. A vigilância dos dados de acesso, a personalização do conteúdo que é mostrado e o convívio de informações de interesse público com propagandas provenientes de interesses privados interferem nas pautas de discussão e nos posicionamentos da esfera pública da internet.

Até o momento, argumentamos como cafés e internet possuem aspectos comuns, como funcionarem como espaço de sociabilidade, rede de informações e de discussão pública. Também discutimos como, diferente da esfera pública dos séculos XVII e XVIII, no ciberespaço o reconhecimento da diversidade no debate de ideias é prejudicado pela filtragem dos algoritmos da rede e dos próprios usuários, e a crítica é enfraquecida porque interesses privados se misturam com informações de interesse público. Por causa dessas diferenças, a internet não efetivou inteiramente o seu potencial para ser o cenário de uma esfera pública política organizada que funciona como mediadora entre as demandas da sociedade civil e o poder público.

Mas isso não significa que não exista no ciberespaço nenhuma possibilidade de articulação política por parte da sociedade civil. Ao contrário, nos últimos anos vemos uma série de protestos que se tornaram possíveis graças às conexões estabelecidas na rede. Um exemplo é a Primavera Árabe, movimento no qual as redes sociais tiveram o papel de auxiliar a mobilização popular que acabou por tirar do poder o egípcio Hosni Mubarak e o libanês Muamar Kadafi. Também existem exemplos recentes no Brasil. Um deles é o das Jornadas de Junho de 2013, quando protestos contra o aumento da tarifa do ônibus em São Paulo tomaram grandes proporções e por meio das redes sociais acabaram abarcando uma série de reivindicações por todo o país. Outro movimento que teve participação da internet foi a greve dos caminhoneiros em 2018, que aconteceu simultaneamente em cidades do Brasil inteiro e foi toda articulada em grupos de aplicativos de mensagens.

A historiadora Anita Lucchesi considera que as manifestações políticas organizadas pela internet têm se tornado tão relevantes que considera que devem se tornar objetos de estudo da História:

Pensando-se na história dos próximos anos, é plausível dizer, que será quase incontornável para um estudo dos movimentos sociais do século XXI levar em conta o papel das TICs, permitindo o uso de *sms* (*Short Message Service*) e redes sociais em diversos atos de contestação política (2014, p. 45).

A utilização da internet para organizar ações políticas é tão efetiva que se tornou alvo de vigilância e atuação de governantes e do próprio Estado. Para analisar como a rede de informações estabelecida na internet pode gerar ações políticas, utilizaremos o exemplo das eleições presidenciais brasileiras em 2018 e faremos uma comparação com uma tentativa de suprimir debates republicanos na Inglaterra do século XVII.

Desde a primeira eleição depois do fim da ditadura militar no Brasil, em 1989, os partidos políticos se preocupam com o tempo de propaganda que terão na televisão. Os analistas políticos consideravam que o candidato que aparecesse por mais minutos estaria na vantagem. Nas eleições de 2018, as estratégias tiveram que mudar. A internet, espaço que não é limitado pelo tempo, foi foco de preocupação das campanhas políticas dos presidenciáveis. Por meio de seus perfis em sites de redes sociais, candidatos e eleitores travaram uma batalha de opiniões, informações e desinformações no ciberespaço. Só no Twitter, a campanha eleitoral gerou cerca de 110 milhões de publicações (FGV, 2019).

No fim do período eleitoral, o candidato que venceu o pleito, Jair Bolsonaro, era um dos que menos tinha tempo de propaganda na televisão no primeiro turno (8 segundos)<sup>14</sup>, mas cuja campanha atuou fortemente na internet. De acordo com a análise de dados do monitoramento das redes sociais durante as eleições feita pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), Bolsonaro foi mais bem-sucedido em suas ações nas redes sociais:

Bolsonaro se manteve com força e impacto muito superior ao de seus adversários ao longo de todo o debate político, em especial após a saída em definitivo de Lula do páreo, e no Facebook apresentou uma ampla margem de vantagem na quantidade de engajamentos que obtinha. O presidente eleito anteviu os movimentos que levaram o eleitorado às redes sociais para interagir sobre política, preservou uma base ativa de suporte, seguiu ampliando o alcance de suas mensagens. Deu certo (FGV, 2019).

Outra evidência de que o ciberespaço passou a ter peso nas campanhas políticas é a inclusão de artigos na legislação eleitoral sobre o uso da internet. Em 2018, novas regras sobre

---

<sup>14</sup> Como referência para comparação, o candidato que tinha o maior tempo era Geraldo Alckmin, com 5 minutos e 52 segundos. Em seguida vinham Fernando Haddad (2 min. e 23 s.), Henrique Meirelles (1 min. e 55 s.), Alvaro Dias (40 s.), Ciro Gomes (38 s.), Marina Silva (21 s.) e Guilherme Boulos (13 s.). (D'AGOSTINO, 2018)

a utilização de conteúdos pagos passaram a valer. De acordo com o artigo 57-C da Lei nº 9.504/1997, “É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na Internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes”. Ou seja, a única forma de propaganda paga permitida na internet é aquela feita por meio do impulsionamento<sup>15</sup> de publicações em redes sociais.

No entanto, em 2018 a campanha eleitoral foi além dos conteúdos produzidos pelos partidos. Um grande volume de material que fazia propaganda a favor ou contra os candidatos era produto de apoiadores e foi disseminado pelas redes sociais, em especial pelo aplicativo de troca de mensagens WhatsApp. Para termos uma dimensão do impacto dessa circulação de informações, iremos expor dados sobre o uso do aplicativo. Só no Brasil, cerca de 120 milhões de pessoas fazem uso do WhatsApp (GRAGNANI, 2018). Dezenas de grupos foram criados para compartilhamento de textos, imagens, vídeos e áudios durante a campanha eleitoral. No segundo turno, houve uma disparidade entre aqueles que apoiavam os dois candidatos. De acordo com uma pesquisa divulgada pelo Datafolha em outubro de 2018, 61% dos eleitores de Bolsonaro afirmaram ler notícias no WhatsApp, enquanto só 38% dos eleitores do segundo colocado, Fernando Haddad, disseram se informar no aplicativo sobre política (VEJA, 2018).

Não podemos concluir se a internet determinou quem venceu as eleições, mas o investimento dos candidatos e o engajamento dos usuários nas discussões não deixa dúvida que ela teve influência no pleito. Assim, é possível afirmar que a internet teve participação no processo de deliberação política e que por meio das redes sociais a população expressou suas vontades – independentemente de quais foram elas – para com o poder público. Para Habermas, uma característica importante da esfera pública é de assumir funções políticas no campo de tensão entre Estado e sociedade (2014, p. 138). Acreditamos que o exemplo da eleição pode se encaixar nesta definição do autor.

Dentro deste caso do papel da internet nas eleições, houve um fenômeno de grande relevância que foi a propagação de notícias falsas ou *fake news*. No século XVII, um episódio de conflito entre Estado e sociedade também envolveu uma suposta circulação de boatos falsos nos cafés. Trataremos de ambas as situações por essa semelhança, mas também por demonstrarem como a circulação de informações e o debate no espaço público da internet e dos

---

<sup>15</sup> O impulsionamento é uma forma de aumentar o alcance de publicações para que elas atinjam um público maior do que normalmente atingiriam. Essa operação é feita automaticamente por sites de redes sociais mediante pagamento.

cafés podem influenciar a tomada de decisões do poder público. Iniciaremos abordando questão das *fake news* nas eleições de 2018 e depois passaremos para o caso do século XVII.

No presente, a definição de *fake news* é utilizada em diferentes circunstâncias: pode ser um conteúdo que tem intenção de induzir ao erro, quando é estabelecida uma falsa conexão (quando manchetes, imagens ou legendas não confirmam o conteúdo), quando uma informação é colocada em um contexto falso ou manipulado, ou quando um conteúdo é totalmente fabricado e não tem respaldo na realidade (WARDLE, 2017).

A prática da disseminação de informações não factuais não nasceu na internet, mas foi largamente amplificada por ela. Um estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas em 2017 já apontava para o risco que esse tipo de desinformação poderia causar nas eleições de 2018:

A internet e as redes sociais se converteram em campo importantíssimo, crescente, e dinâmico do debate público e da disputa de narrativas, que levam à busca de hegemonias na política. Essa realidade abre espaço para discussões legítimas e factuais, mas também para discursos corsários, não legítimos e não factuais (*fake news*) (RUEDIGER, 2017, p. 6).

De fato, as redes sociais foram palco para uma série de informações falsas: vídeos editados, imagens adulteradas, áudios simulando vozes de candidatos e acusações infundadas foram disseminadas. O site de checagem de notícias “Aos Fatos” desmentiu 113 *fake news* que foram compartilhadas, pelo menos, 3,84 milhões de vezes no Twitter e no Facebook durante as eleições (CUNHA; LIBÓRIO, 2018). O número deve ser ainda maior porque a pesquisa não contabilizou os compartilhamentos feitos no WhatsApp.

Para além das calúnias e ofensas propagadas nas redes sociais, as *fake news* tiveram o potencial de influenciar o voto de cidadãos que se informavam por meio delas. Não é exagero afirmar que houve algumas pessoas que basearam suas decisões de escolha de candidatos em informações falsas. E essa é justamente a intenção de quem produz inverdades. Não há boas intenções na disseminação proposital de mentiras. As notícias falsas têm a capacidade de distorcer os fatos e influenciar a opinião pública a favor de um determinado objetivo, que neste caso era o de vencer as eleições. Assim, as *fake news* atuaram nas redes sociais de modo a prejudicar o processo deliberativo democrático da sociedade.

O episódio do século XVII do qual falaremos ocorreu no contexto da restauração da monarquia na Inglaterra. Apesar de o regime monárquico ter sido assegurado em 1660, ainda existia uma parte da população que defendia ideias republicanas. Algumas delas se reuniam no Rota Club, um clube republicano cujas reuniões ocorriam nos recém-inaugurados cafés londrinos, principalmente em um chamado Miller's Coffeehouse. Como o rei Charles II estava

ciente de que os cafés eram locais de circulação de informações e debate político, passou a monitorá-los por receio de seu governo estar sendo questionado (COWAN, 2005, p. 194).

Segundo Cowan, Charles II contratou uma espécie de serviço de espões:

O trabalho foi confiado a homens como Henry Muddiman e Roger L'Estrange, ambos detentores de monopólios sobre a publicação de notícias licenciadas e tinham interesse em ver que suas prerrogativas não eram infringidas. Para um monarca ansioso recém-restaurado ao seu trono, entretanto, isso não bastava, e Charles II estava determinado a erradicar os cafés de seu reino (*Idem*, tradução nossa).

Com a justificativa de que estava sendo difamado e de que boatos estavam sendo espalhados a seu respeito, o rei discutiu com o alto chanceler sobre a possibilidade de fechar os cafés. Num primeiro momento, foi desaconselhado a tomar essa decisão porque perderia a receita proveniente da taxaço sobre o consumo de café. Ao invés disso, o conselho privado do rei emitiu uma ordem que proibia a venda de panfletos noticiosos pelos vendedores ambulantes dentro dos cafés (*Idem*, p. 196).

Ainda insatisfeito, em 1672, Charles II emitiu uma proclamação real com o intuito de proibir a circulação de boatos e ainda recomendava que os súditos não falassem sobre assuntos do governo. Quem quer que ouvisse assuntos relacionados à política deveria informar às autoridades. Como a medida não surtiu efeito, dois anos depois ele voltou a fazer pronunciamentos contra a disseminação de “notícias falsas” e conversas de assuntos relacionados ao governo (*Idem*, p. 97).

A decisão mais dura veio após um panfleto com críticas ao governo ser propagado em grande medida nos cafés em 1675: o rei ordenou a proibição da venda de produtos como café, chocolate quente, sorvete e chá. O prazo para acatar a decisão era de seis meses, e, durante esse tempo, os donos dos estabelecimentos não poderiam aceitar dentro de suas portas “papéis escandalosos, livros ou calúnias”, nem permitir “quaisquer relatórios falsos ou escandalosos contra o governo ou seus ministros” (LONDON GAZETTE *apud* COWAN, 2005, p. 198, tradução nossa). Várias pessoas foram levadas sob custódia devido a acusações por estarem “espalhando notícias falsas e sediciosas” (*Idem*).

O decreto foi alvo de resistência tanto dos donos de cafés que dependiam deles para sua sobrevivência quanto dos frequentadores que perderiam seus locais de encontro. Por causa de seus protestos e reclamações por parte dos próprios integrantes do governo de que o reino perderia a renda dos impostos, a proclamação foi revogada. No entanto, o rei fez novas tentativas de suprimir as discussões que ocorriam nos cafés, como tentar aumentar as taxas para renovar as licenças para funcionamento dos estabelecimentos, continuar com a atividade de espionagem, entre outras ações. Podemos considerar que nenhuma de suas tentativas foi bem-

sucedida, pois os cafés continuaram funcionando e os debates permaneceram (*Idem*, pp. 197-209).

Contados os dois casos, das eleições brasileiras e de Charles II, podemos ver como o poder público tem interesse no que se passa na esfera pública e em interferir no funcionamento dela. No entanto, enquanto nas eleições temos provas de que notícias falsas realmente foram disseminadas e que tiveram impacto no processo democrático, não sabemos se os cafés estavam sendo usados como meio de circulação de boatos que atentavam contra o monarca. A justificativa do rei inglês de que informações falsas e caluniosas estavam sendo espalhadas em público, provavelmente, foi motivada por um temor de que o debate público sobre o republicanismo poderia prejudicar sua posição no governo.

De qualquer forma, em ambas ocasiões é possível perceber como os debates que definirão a opinião pública têm peso na administração pública, seja na decisão de uma eleição ou na forma de governo escolhida por um povo. Independentemente da existência ou não de boatos circulando nos cafés do século XVII, a tática usada para combater a desinformação é bastante diferente no século XXI. No presente, as estratégias para combater as *fake news* são estabelecidas dentro de um regime democrático. Há um esforço de conscientização da população para identificar quando uma notícia é falsa, existem jornalistas que trabalham especificamente checando informações e há cobrança por parte da sociedade para os sites de redes sociais monitorem o compartilhamento de *fake news* e criem ferramentas que dificultem sua disseminação. É uma maneira de lidar mais democrática do que a de Charles II, cujo alvo era o espaço público de debate e não a desinformação em si.

Com esta última comparação, encerramos o percurso das conexões entre a esfera pública dos cafés nos séculos XVII e XVIII e a internet no século XXI. Passamos pelo debate de relevância e popularidade dos dois espaços, pela sociabilidade ocorrida neles, sua configuração como rede de informações, seu impacto no processo de deliberação pública e pelo papel exercido pela imprensa e pelos interesses privados. Dessa forma, percebemos o cruzamento de fenômenos dos dois períodos e pudemos estabelecer suas aproximações e distanciamentos.

Ainda existe uma diversidade de abordagens comparativas a serem feitas sobre a trajetória do desenvolvimento de debate público, formação de opinião e atuação política no passado e no presente. Nosso trabalho não ambiciona dar conta da totalidade do fenômeno. Admitimos que existem outras comparações relevantes a serem estabelecidas e que ainda não demos conta. No entanto, queremos acreditar que esta pesquisa pode auxiliar o entendimento de como a esfera pública virtual funciona no presente e quais são suas permanências e rompimentos com a esfera pública burguesa moderna.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estabelecer conexões entre dois tempos e espaços diferentes foi uma tarefa desafiadora. O cuidado para não cometer anacronismos e não estabelecer falsas analogias precisou ser um esforço consciente em todo o processo de escrita do trabalho e da seleção de fontes, principalmente as digitais. Como a internet representa um universo de informações com inúmeras possibilidades de pesquisa, o processo de escolha das fontes demorou vários meses. Durante o período de desenvolvimento deste trabalho, todas as vezes que naveguei pela internet meu olhar estava voltado para as possibilidades de conexão com os cafés – até mesmo quando entrava em redes sociais em busca de entretenimento pessoal.

Por meio dessa experiência notícias e “prints” foram salvos para serem utilizados na monografia. No entanto, durante a escrita, ocorreram novos fatos que considerei relevantes por serem exemplos característicos dos fenômenos que eu descrevia. Foi o caso das reportagens do site *The Intercept*, que acabaram substituindo outras fontes que considerei menos representativas. Além disso, ao analisar as fontes digitais com aquelas provenientes dos cafés, algumas hipóteses iniciais precisaram ser revistas, como a de que a internet poderia exercer a mesma função política dos cafés ingleses da modernidade. Ao longo da pesquisa percebemos que no ciberespaço o debate de assuntos públicos não ocorre de forma orgânica como era com os cafés.

Se na esfera pública burguesa a opinião pública reivindicava competências legislativas, nas redes sociais os cidadãos também desejam participar da elaboração de normas para a sociedade. No entanto, suas concepções de como deveriam ser as leis têm interferência dos interesses privados que dividem espaço com conteúdos informativos. Isso acaba prejudicando a autonomia de pensamento, a liberdade de escolha e a diversidade de perspectivas. Além disso, a disseminação da desinformação na internet tem a capacidade de provocar um desserviço à democracia em uma escala maior do que em qualquer outro contexto histórico.

Apesar disso, as discussões de redes sociais não são inconsequentes. Se em algum momento elas foram vistas apenas como local de conversas privadas e de entretenimento, exemplos recentes como as eleições presidenciais de 2018 – entre tantos outros que poderíamos ter utilizado, como as eleições estadunidenses de 2016 ou a Primavera Árabe – têm demonstrado que elas passaram a ser parte integrante da constituição política da sociedade. Mesmo que provoquem olhares enviesados, ainda que sejam corrompidas por interesses privados, elas impactam em questões públicas.

Em grande parte, a internet passou a desempenhar essa função por causa da ampliação da esfera pública que representa. Tanto ela quanto os cafés inauguraram uma oportunidade de novos sujeitos se expressarem em público. Qualquer pessoa, em tese, poderia entrar num café e participar das discussões que estavam acontecendo. Quanto ao ciberespaço, apesar de existirem entraves como o acesso a computadores ou dispositivos móveis, sua característica de abertura do polo de emissão tem ampliado o número de indivíduos visíveis para a sociedade e para o poder público.

Outra conclusão a que chegamos é que os espaços se transformam conforme os usos e apropriações que se fazem deles. A intenção dos homens e mulheres que abriram os primeiros cafés em Londres era apenas financeira, ainda não sabiam que os estabelecimentos seriam utilizados para debates públicos. Da mesma forma, a internet foi originada de um desejo de compartilhamento de informações acadêmicas e empresariais, e as redes sociais tinham o intuito de promover a sociabilidade. A estrutura de ambos os espaços foi sendo modificada por ideias de seus construtores, mas também conforme os usos que pessoas começaram a fazer deles. Esses locais evoluíram de um espaço de encontro para a constituição de rede de circulação de informações e, por causa disso, foi desenvolvido o potencial para ações políticas e debate de assuntos de interesse público. Por causa disso, cafés e internet se tornaram alvos de atuação de políticos e do poder público. Além disso, moldaram aspectos do desenvolvimento da imprensa ao mesmo tempo em que sofreram influência dela.

Esses foram apenas alguns dos paralelos possíveis de serem traçados para examinar como a sociedade dos cafés e da internet se comunicam e como utilizam o espaço público. O ciberespaço proporciona um número muito maior de possibilidades de comparação do que foi abordado neste trabalho. Fenômenos como a organização de protestos de rua, a utilização pelo poder público da internet como ferramenta de administração e proeminência de algumas pessoas populares nas redes e que tem grande poder de influência são alguns dos aspectos que podem ser examinados em outras oportunidades. Por ora, acredito que os elementos que foram analisados demonstram que existe uma conexão entre o espaço público dos cafés e da internet.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADDISON, Joseph; STEELE, Richard. On Coffee Houses; Succession of Visitors; Character Of Eubulus. *Spectator*, No. 49, 26 de abril de 1711. In: DOBSON, Austin. **Selections from the Tatler, Spectator and Guardian**. Oxford: Clarendon Press, 1885. Disponível em: <https://archive.org/details/selectionsfromta00steerich>. Acesso em 8 mai. 2018.

ADDISON, Joseph. Tatler, No. 1, 1709. In: DOBSON, Austin. **Selections from the Tatler, Spectator and Guardian**. Oxford: Clarendon Press, 1885. Disponível em: <https://archive.org/details/selectionsfromta00steerich>. Acesso em 8 mai. 2018.

ARENDDT, Hannah. As esferas pública e privada. In:\_\_\_\_\_. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

BARROS, José D'Assunção. **História comparada**. Petrópolis: Vozes, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COSSETTI, Melissa Cruz. O que é hbpix.bin? Entenda como o *web beacon* rastreia você. **Techtudo**. 21 dez. 2017. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/10/arquivo-hbpixbin-e-um-web-beacon.ghtml>. Acesso em 14 jun. 2019.

COWAN, Brian. **The Social Life of Coffee: The Emergence of the British Coffeehouse**. New Haven: Yale University Press, 2005.

CUNHA, Ana Rita; LIBÓRIO, Bárbara. Notícias falsas foram compartilhadas ao menos 3,84 milhões de vezes durante as eleições. **Aos Fatos**. 31 out. 2018. Disponível em: <https://aosfatos.org/noticias/noticias-falsas-foram-compartilhadas-ao-menos-384-milhoes-vezes-durante-eleicoes/>. Acesso em 16 jun. 2019.

D'AGOSTINO, Rosanne. TSE aprova resolução com tempos de propaganda dos candidatos a presidente. **G1**. Brasília, 28 de set. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/08/28/tse-aprova-resolucao-com-tempos-de-propaganda-dos-candidatos-a-presidente.ghtml>. Acesso em 6 jun. 2019.

DARNTON, Robert. **Poesia e Polícia: Redes de Comunicação na Paris do Século XVIII**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014. *E-book*.

DATAFOLHA: 6 em cada 10 eleitores de Bolsonaro se informam pelo WhatsApp. **Veja**. Out. 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/datafolha-eleitor-de-bolsonaro-e-o-que-mais-se-informa-por-redes-sociais/>. Acesso em 3 out. 2018.

DEMORI, Leandro; GREENWALD, Glenn; REED, Betsy. Como e por que o Intercept está publicando chats privados sobre a Lava Jato e Sérgio Moro. **The Intercept Brasil**, 9 jun. de 2019. Disponível em <https://theintercept.com/2019/06/09/editorial-chats-telegram-lava-jato-moro/>. Acesso em 10 out. 2019.

DIGITAL 2019 – Global Digital Yearbook. **We are social/Hootsuite**. 2019. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/digital-2019>. Acesso em 1 mai. 2019.

DOBSON, Austin. **Selections from the Tatler, Spectator and Guardian**. Oxford: Clarendon Press, 1885. Disponível em: <https://archive.org/details/selectionsfromta00steerich>. Acesso em 8 mai 2018.

ELIAS, Norbert. **Mozart: Sociologia de um gênio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.

FAVA, Gihana Proba; PERNISA JÚNIOR, Carlos. **Filtros bolha nos algoritmos do Facebook: um estudo de caso nas eleições para reitoria da UFJF**. In: XXXVII Congresso de Ciências da Comunicação, 2014, Foz do Iguaçu. Anais eletrônicos. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1949-1.pdf>. Acesso em 11 mai. 2019.

GINZBURG, Carlo. **História na era Google**. Fronteiras do Pensamento. [online] Porto Alegre, 29 nov. 2010. Disponível em: [http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=wSSHnqAbd7E](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=wSSHnqAbd7E). Acesso em 19 mar. 2019.

GRAGNANI, Juliana. Um Brasil dividido e movido a notícias falsas: uma semana dentro de 272 grupos políticos no WhatsApp. **BBC**. Londres, out. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45666742>. Acesso em: 06 jun. 2019.

GREEN, Matthew. The fascinating history of Fleet Street. **The Telegraph**. 21 mai. 2018. Disponível em: <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/united-kingdom/england/london/articles/the-history-of-fleet-street-and-british-newspaper-industry/>. Acesso em 26 set. 2018.

GUGIK, Gabriel. O que são Cookies? **Tecmundo**. 1 dez. 2008. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/web/1069-o-que-sao-cookies-.htm>. Acesso em 14 jun. 2019.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa**. São Paulo: Editora da Unesp, 2014.

HOUGHTON, John. **Husbandry and trade improv'd**. Vol 1. London: Woodman and Lyon, 1727.

IBOPE para presidente, votos válidos: Bolsonaro, 59%; Haddad, 41%. **G1**, 15 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/15/ibope-para-presidente-votos-validos-bolsonaro-59-haddad-41.ghtml>. Acesso em 7 jun. 2019.

LA RUE, Frank. **Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression**. A/HRC/17/27. 16 maio 2011. Disponível em: [https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27\\_en.pdf](https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27_en.pdf). Acesso em 1 mai. 2019.

LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: Lemos, André; Cunha, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003, pp. 11-23.

LIPINSKI, Jéssica. **O que são *Native Ads* e como planejar uma campanha de anúncios neste canal.** Resultados Digitais, 9 de dezembro de 2017. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/native-ads/>. Acesso em 14 jun. 2019.

LUBENOW, J. A. A esfera pública 50 anos depois: esfera pública e meios de comunicação em Jürgen Habermas em homenagem aos 50 anos de Mudança estrutural da esfera pública. **Trans/Form/Ação**, Marília, v. 35, n. 3, Dez. 2012. Disponível em: <http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/transformacao/article/view/2624/2057>. Acesso em 20 abr. 2019.

LUCA, Tania Regina de. Histórias dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org). **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2005, pp. 111 – 153.

LUCCHESI, Anita. **Digital history e storiografia digitale:** estudo comparado sobre a escrita da história no tempo presente (2001-2011). 188 p. Dissertação (Mestrado em História) - Instituto de História, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

MAGALOTTI, Lorenzo. **Lorenzo Magalotti at the Court of Charles II:** His Relazione d’Inghilterra of 1668. W. E. Knowles Middleton, ed., Waterloo: Wilfrid Laurier University Press, 1980.

MARCONDES, Valéria. Assertivas quanto à “esfera pública virtual”, poder e ciberdemocracia. **Morpheus - Revista Eletrônica em Ciências Humanas**. Ano 05, número 09, 2006a. Disponível em: <http://www.seer.unirio.br/index.php/morpheus/article/view/4775> Acesso em 21 mar. 2019.

\_\_\_\_\_. **Esfera pública virtual:** elementos para o estudo teórico sobre comunicação e política no ciberespaço. 125 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006b.

MARSIGLIA, Ivan. Batalha de Tuítes. **Folha de S. Paulo**, jun. 2019. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ivan-marsiglia/2019/06/batalha-de-tuites.shtml>. Acesso em 11 jun. 2019.

MAYNARD, Dilton Cândido Santos. Ciberespaço e extremismos políticos no século XXI. **Cadernos do Tempo Presente**, n. 14, out./dez. 2013, pp. 71-80. Disponível em <https://seer.ufs.br/index.php/tempo/article/view/2691/2324>. Acesso em 6 jun. 2019.

MICHEL, Louise. **La Commune**. Editions Stock: Paris. 1978, pp. 7-16.

PARISER, Eli. **O filtro invisível:** o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. *E-book*.

PENDERGRAST, Mark. **Uncommon grounds:** The history of coffee and how it transformed our world. Nova York: Basic Books, 2010. *E-book*.

PEPYS, Samuel. Diary of Samuel Pepys. 1663 - 665. In: BRAYBROOKE, Richard Lord; BRIGHT, Mynors (orgs.). **Diary and correspondence of Samuel Pepys:** from his Ms. cypher in the pepysian library. Vol. IV. New York: Dodd, Mead & Company, 1885.

PERROT, Michelle. Maneiras de morar. In: \_\_\_\_\_ [et al]. **História da vida privada**, 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando. (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009b, p. 39-55.

RUEDIGER, Marco Aurélio (coord.). **Robôs, redes sociais e política no Brasil [recurso eletrônico]**: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2017. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/18695/Robos-redes-sociais-politica-fgv-dapp.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 14 jun. 2019.

STANDAGE, Tom. **História do mundo em 6 copos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005. *E-book*.

STRINGHAM, Edward Peter. The Emergence of the London Stock Exchange as a Self-Policing Club (2002). **Journal of Private Enterprise**, Vol. 17, No. 2, pp. 1-19, 2002. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1676253>. Acesso em 1 jun. 2019.

THE CASE of the coffee-men of London and Westminster. Londres, 1728.

THOMPSON, E. P. **Os românticos: a Inglaterra na era revolucionária**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

VARELLA, Flávia Florentino. David Hume e Jane Austen: o sentimento e a construção da moderna historiografia inglesa. **Fênix: Revista de História e Estudos Culturais**, vol. 3, ano III, nº 2, 2006, p. 1-22.

VITÓRIA de Jair Bolsonaro nas urnas mobiliza 12 milhões de tuítes e 14 milhões de interações sobre novo presidente. **FGV**, 17 de janeiro de 2019. Disponível em: <https://observa2018.com.br/posts/vitoria-nas-urnas-alavanca-mencoes-a-bolsonaro-que-registra-12-milhoes-de-tuites-e-14-milhoes-de-interacoes-no-facebook/>. Acesso em 14 jun. 2019.

WARDLE, Claire. Fake news. It's complicated. **First Draft**. 16 fev. 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>. Acesso em 14 jun. 2019.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Sociedade: de Coleridge a Orwell**. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.