

DEMOCRACIA VIRTUAL





Cadernos Adenauer

DEMOCRACIA VIRTUAL



Editor responsável
Felix Dane

Conselho editorial
Antônio Octávio Cintra
Fernando Limongi
Fernando Luiz Abrucio
José Mário Brasiliense Carneiro
Lúcia Avelar
Marcus André Melo
Maria Clara Lucchetti Bingemer
Maria Tereza Aina Sadek
Patrícia Luiza Kegel
Paulo Gilberto F. Vizentini
Ricardo Manuel dos Santos Henriques
Roberto Fendt Jr.
Rubens Figueiredo

Coordenação Editorial
Reinaldo J. Themoteo
Gregory John Ryan
Lukas Lingenthal

Revisão
Reinaldo J. Themoteo

Tradução
Tito Lívio Cruz Romão (páginas 31-49 e
95-120)
Giselle Mendes dos Santos (páginas 51-72)
Dalton Caldas (páginas 121-133)
Mônica Baña (páginas 135-147)

Capa, projeto gráfico e diagramação
Cacau Mendes

Impressão
J. Sholna

ISSN 1519-0951

Cadernos Adenauer XIII (2012), nº 3

Democracia virtual

Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, março 2013.

ISBN 978-85-7504-174-1

Todos os direitos desta edição reservados à

FUNDAÇÃO KONRAD ADENAUER
Representação no Brasil: Rua Guilhermina Guinle, 163 · Botafogo
Rio de Janeiro · RJ · 22270-060
Tel.: 0055-21-2220-5441 · Telefax: 0055-21-2220-5448
adenauer-brasil@kas.de · www.kas.de/brasil
Impresso no Brasil

Sumário



Apresentação.....	7
Mundo virtual, poder real: mesmo sob novas condições a alocação de poder político não necessariamente muda	II
EMERSON U. CERVI	
Weimar 2.0: sobre a perda do espaço público	3I
WOLFGANG DONSBACH	
Web 2.0: visão geral sobre a comunicação baseada na web entre partidos políticos latino-americanos	5I
JOSUÉ GONZÁLES FUENTES	
Consultas públicas online e o marco digital no processo legislativo brasileiro	73
FABRO STEIBEL	
A influência do movimento #YoSoy132 durante as eleições mexicanas de 2012	95
MARIE-ASTRID CIOBANU	
Uma conquista democrática: sobre o desenvolvimento e a aceitação da <i>Liquid Democracy</i>	II3
HERGEN WÖBKEN	



Trazendo a sociedade de volta: 1848 e 2011	121
DAVID MCKEEVER E MIKE RAPPORT	
Anonymous, a explosão do exame	135
BERNARDO GUTIÉRREZ	

A expressão democracia virtual vem sendo crescentemente utilizada, e remete ao efeito cada vez mais intenso das tecnologias de informação e comunicação nos governos, partidos políticos e na sociedade civil. A internet está acessível ao público em geral desde meados dos anos 90, e a *web 2.0* existe há cerca de uma década. Neste curto período a *web* criou novas possibilidades na forma de atuação dos governos, de interação entre governo e população, bem como na mobilização e atuação dos movimentos sociais. E se a *web* exerceu influência sobre vários aspectos da atividade humana, modificando uns hábitos e criando outros tantos, criando novas profissões e extinguindo outras, influenciou também a política. Com tais mudanças surgiram debates sobre novas leis e regulação. O processo movido contra o Napster em 2000, e mais recentemente a prisão de Kim Dotcom por violação de direitos autorais são bastante representativos nesse sentido. A regulação da internet e o debate sobre um novo padrão internacional de gestão da *web* baseado numa estrutura descentralizada são questões cruciais, cujos desdobramentos possuem potencial de alterar o modo como atualmente utilizamos a grande rede. Para refletir sobre o impacto que a *web 2.0* tem exercido, tanto em termos de participação e representação política quanto no que concerne às relações sociais, dedicamos esta edição da série Cadernos Adenauer ao tema democracia virtual, reunindo em oito capítulos análises sobre alguns tópicos relevantes.

No primeiro capítulo Emerson Cervi trata da influência das mais novas tecnologias de informação na representação política, analisando as relações entre a *web 2.0* e o populismo, buscando responder ao questionamento

acerca da identificação de preferências que representem obstáculo ao fortalecimento das instituições políticas. O autor esmiúça as relações de poder traçando um histórico da inserção dos meios de comunicação eletrônica na prática política e questiona se há alguma alteração na relação entre representantes e representados.

Wolfgang Donsbach discute a banalização do fator político na mídias com enfoque na realidade alemã, a partir de duas observações fundamentais. A primeira diz respeito ao que o autor chama de “entretenização” dos fatos políticos na mídia, envolvendo conteúdos e formato. Tal fenômeno traz como consequência o desencantamento com os partidos políticos, o qual também atinge as mídias em geral. A segunda diz respeito às mudanças nos padrões de uso da internet. Com base no resultado de uma pesquisa realizada na Alemanha, o autor mostra o crescimento no uso da web como principal meio de informação. Entre os dados apresentados, destacam-se as mudanças no tipo de conteúdo disponível, com menos portais com conteúdos gerados por jornalistas profissionais, e mais páginas e blogs não profissionais.

Josué Gonzáles Fuentes apresenta em seu capítulo um panorama sobre a forma como os partidos políticos latino-americanos usam a web para se comunicar. Lançando mão de dados oriundos da pesquisa de sua própria autoria intitulada *Political parties and web 2.0 in Latin America*, o autor examina a presença na internet de partidos do México, Chile e Colômbia, onde são apontadas tendências comuns entre os partidos. De modo sintético é abordada a natureza da comunicação online além de alguns equívocos cometidos pelos políticos acerca da dinâmica da web, incluindo também uma reflexão sobre a necessidade de renovação dos partidos políticos.

Em seu capítulo Fabro Steibel analisa as consultas públicas no contexto da web 2.0, após a experiência do Marco Civil da Internet. O autor conceitua a interação entre política e tecnologia, com enfoque no modo como interagem governo e cidadãos, delineando também o cenário brasileiro de consultas públicas na condição de mecanismos administrativos, considerando as inovações tecnológicas em seus aspectos tanto de oportunidades introduzidas no processo legislativo como também de desafios, a serem encarados pelas instituições. A experiência do Marco Civil Regulatório é apresentada com ênfase em seu pioneirismo, incluindo uma análise acerca do futuro de tais ferramentas.

Marie Ciobanu apresenta o movimento #YoSoy132, o qual movimentou as eleições presidenciais de 2012 no México, alterando um cenário que se apresentava monótono, cujo resultado parecia praticamente definido. A partir da relação entre web 2.0 e movimentos sociais a autora apresen-

ta o movimento, sua origem e motivação, bem como a influência por ele exercida na campanha eleitoral. Nesse capítulo encontramos também uma discussão sobre a força que as redes sociais podem ter como ferramenta de protesto, em contraposição ao poder de formação de opinião da grande mídia tradicional.

Hergen Woebken discute a *liquid democracy*, no contexto do partido pirata alemão. São apresentados os principais aspectos da liquid democracy, que une traços tanto da democracia direta quanto da democracia representativa, possibilitando ao indivíduo a participação imediata nos processos decisórios. O autor aborda ainda os desafios enfrentados na implantação da liquid democracy, tais como dificuldades e limitações. Este capítulo apresenta ainda o resultado de ampla pesquisa feita junto a usuários de internet sobre a avaliação do conceito de liquid democracy, abrangendo aspectos positivos e dificuldades a equacionar, como por exemplo transparência e preservação do anonimato na rede.

David Mckeever e Mike Rapport analisam a Primavera árabe de 2011 por meio de uma comparação com as revoluções europeias de 1848, ponderando sobre o papel dos meios de comunicação na revolução árabe, comparando as inovações existentes em cada período e a forma como possibilitaram uma mais rápida circulação de informações. São explicitadas as inovações da época em que cada uma das revoltas ocorreu, decisivas para que as revoltas se espalhassem, através da velocidade proporcionada à circulação das informações. Também se destacam as observações sobre a importância dos laços sociais na resistência às forças governamentais, nos países onde Primavera Árabe se instalou.

O capítulo da autoria de Bernardo Gutiérrez é dedicado ao movimento Anonymous. Em seu artigo o autor discorre sobre a origem do movimento e seus ataques, a origem das máscaras utilizadas pelos manifestantes nos protestos mundo afora e suas motivações, apontando erros comumente são cometidos na tentativa de compreender essa inteligência coletiva, evidenciando sua complexidade.

Esta edição dos Cadernos Adenauer está disponível em nosso site – www.kas.de/brasil – para download gratuito, assim como outras edições e títulos também estão disponíveis. Hoje em dia bibliotecas virtuais constituem fenômeno corriqueiro e os e-books estão cada vez mais populares, gerando mudanças nos hábitos de leitura e no mercado editorial. Tudo isso destaca a importância de refletirmos sobre o impacto das novas tecnologias de informação e comunicação na política.



Nesses tempos em que o esforço de compreensão acerca de como o mundo online influencia a vida de indivíduos e governos se dá com informação em tempo real à nossa disposição, esperamos contribuir e estar cada vez mais conectados nesse debate, boa leitura!

REINALDO J. THEMOTEO
Fundação Konrad Adenauer

Mundo virtual, poder real: mesmo sob novas condições a alocação de poder político não necessariamente muda¹

EMERSON U. CERVI

I. INTRODUÇÃO

A crescente influência dos novos meios de comunicação, notadamente os digitais, tem chamado atenção de pesquisadores para uma questão central: até que ponto a tecnologia transforma práticas de representação política? Este artigo filia-se ao argumento de que novas tecnologias não são suficientes para remoldar práticas políticas, ou seja, de modificar o que elas têm de fundantes. Ao contrário, formas de representação são consequências de uma cultura política construída historicamente e utiliza os novos meios de contato entre representantes e representados, transformando a superfície, sem alterar a essência. A discussão aqui tem como objeto principal o conceito de representação personalizada na política brasileira, notadamente a identificada por populismo. Portanto, trata-se de uma discussão sobre como os novos meios de comunicação e o mundo virtual interferem nas formas relacionais de poder político, ou seja, na dimensão do poder político em que alguns conseguem se fazer representantes (com poder concentrado) e outros representados (sem poder político) de demandas da esfera política. Nesse sentido, a questão central gira

1 Versão preliminar desta discussão foi apresentada em uma mesa redonda sobre política e internet no Congresso da Associação Brasileira de Ciência Política (ABCP), em junho de 2012.

em torno de até quanto os novos meios de comunicação são capazes de transformar ou substituir um fenômeno político relacional no Brasil, o populismo?

A opção pelo populismo e mundo digital deve-se ao negligenciamento do aspecto não institucional nas relações políticas a partir do advento das novas mídias. Grande parte dos trabalhos sobre internet e política aborda o tema sob o ponto de vista das mudanças institucionais e de participação via instituições na esfera pública. São destacados elementos como crescente ativismo público, maior visibilidade das ações de agentes públicos em instituições formais, *accountability* vertical e horizontal estimulados pelas redes sociais, sem contar as já clássicas análises sobre os efeitos da migração da participação política do mundo *offline* para o *online* e não a ampliação do primeiro para o segundo. O aspecto da relação direta entre representantes e representados tende a ficar em segundo plano nas análises. Por isso a escolha do conceito de populismo para discutir a capacidade que o mundo virtual tem de modificar a alocação de poder político no mundo real.

O populismo tradicional depende da ocorrência de dois fatores concomitantes: i) ausência de instituições formais com suas regras aceitas e respeitadas por todos. O populismo se desenvolve na ausência de Estado. ii) algum grau de dependência do representado em relação ao representante, normalmente uma liderança carismática que consegue por diferentes vias – econômica ou simbólica – estabelecer vínculos de permanente lealdade. Em ambientes como esses, as lideranças carismáticas conseguem se relacionar diretamente com o público. O objetivo do artigo é discutir como o mundo virtual continua sendo um espaço propício para o desenvolvimento de formas de representação política populistas. Com isso, pretende-se chamar atenção para o risco de se desconsiderar a cultura política quando se analisam os efeitos de novas “ferramentas” de debate e de representação pública.

A partir daqui o texto está dividido em três partes. Na próxima são apresentadas as principais questões do debate sobre populismo e poder local no Brasil. Trata-se de situar como o conceito é apresentado e qual o efeito da questão relacional para um tipo de comportamento político que privilegia as personalidades em detrimento das instituições. Em seguida é discutido o papel da comunicação de massa na conformação do debate público e dos processos de representação política no Brasil, principalmente. Parte-se das primeiras abordagens sobre os meios de comunicação convencionais, em meados do século passado, até chegar aos novos meios e a interação política digital do início do século XXI. A apresentação segue uma ordem cronológica de abordagem do tema que coincide com o avanço das tecnologias e com a forma

predominante de tratamento dado pelos autores ao tema. Por fim, são feitas considerações finais que não devem ser encaradas como posicionamentos definitivos sobre o tema, mas que se propõem a “jogar luz” sobre um aspecto pouco tratado na literatura que é a manutenção do padrão de representação personalizada, mesmo no mundo virtual, chamado aqui de webpopulismo. Embora não seja um objeto de análise novo, pois o populismo já ganhou uma atualização anterior de neopopulismo e populismo digital, outros autores têm utilizado o termo webpopulismo em estudos de caso. A diferença aqui é o tratamento do objeto a partir da cultura política e, portanto, considerando-o uma característica permanente da política tradicional, não apenas um fenômeno conjuntural explicado pela capacidade de manipulação de determinadas lideranças políticas, ainda que exercida pelos novos meios de contato entre representante e representado.

2. A QUESTÃO DO PODER

A questão de fundo no debate sobre a representação política continua: distribuição do poder. Representantes e representados usam diferentes instrumentos de representação para tentar concentrar poder político (Russel, 1941; Sartori, 1981). Independente do período histórico e dos instrumentos de representação disponíveis para os processos políticos. No início do século XXI percebemos como principal mudança nos processos representativos, o uso de instrumentos de “conexão digital” na política. Trata-se de uma mudança na forma de contatos entre representantes e representados, mas não necessariamente uma mudança de comportamento político. A primeira questão aqui é a diferença entre forma de manifestação e comportamento na esfera política. Pode-se pensar em uma mudança no comportamento dos representantes e representados no que diz respeito às formas de manifestação, mas não necessariamente no comportamento político. Assim como a inserção de novas “ferramentas de representação” podem gerar mudanças graduais e a médio prazo no comportamento político. De qualquer maneira, a questão do “poder” permanece independente das formas e ferramentas disponíveis para a representação política, pois o comportamento é mais perene que as mudanças nas instituições e instrumentos de representação.

Pensando em termos de comportamento político, pode-se dizer que existe uma tendência histórica de uma relação personalizada entre representantes e representados. E isso não acontece apenas no Brasil, mas em todas as democracias representativas de que se tem notícia. O representado sente-se mais seguro

quando consegue, no mínimo, identificar instituições representativas com a personalidade de um líder político, quando mais deslocado das instituições. Ou, ao contrário, um líder institucionalizado ocorre quando o representante se identifica mais fortemente com as instituições políticas que ajudam a organizar o debate (Arditi, 2004). É assim na política norte-americana, de onde foi cunhada a expressão *pork-barrel* para representar um tipo específico de benefícios políticos destinados diretamente a representados de regiões específicas.

Nesse sentido, o primeiro ponto a se considerar na distribuição de poder político é a centralidade da personalização da representação política. Às vezes mais direta, em outras, mediada por instituições, o poder político se concentra ou se dispersa majoritariamente nas mãos de personalidades e não nos limites das instituições e/ou instrumentos de representação (Halebski, 1978). Assim, o mundo virtual não seria o novo espaço de concentração de poder político, mas sim o mecanismo pelo qual as personalidades mais adaptadas a essa nova ferramenta de representação conseguem concentrar poder político. A segunda característica da representação personalizada é que ela se dá com mais força nas relações entre representantes e representados vinculadas a um espaço físico delimitado. Trata-se, portanto, de uma relação geograficamente localizada. Quanto mais próximos estão representante e representado, maior a tendência de personalização da política (Costa, 1981). A questão é saber se o mundo virtual “afasta” ou “aproxima” as personalidades, no sentido dado aqui ao termo relação política. O afastamento entre representante e representado no mundo virtual representaria uma utilização da web para o fortalecimento de instituições e formas de representação despersonalizadas. Já a aproximação entre eles no mundo virtual seria equivalente a um fortalecimento dos laços e lealdades personalizadas, sem a mediação institucional e, portanto, com o enfraquecimento do papel dessas últimas em relação às personalidades individuais – porém, sem a necessidade da relação face a face. Isso significa dizer que dependendo da forma como representantes e representados usam o mundo virtual, podem deslocar o poder em favor de determinadas personalidades ou de instituições – novas ou tradicionais – de representação política.

Além das características próprias dos sistemas representativos, que incluem instituições, instrumentos de conexão e cultura política, é preciso considerar que a maneira como se avalia o tipo de relação personalizada também varia em função do tipo de interpretação que se dá à personalização da política. No caso brasileiro, por exemplo, a personalização é tratada como um traço pernicioso da política, uma espécie de memória dos tempos em que havia uma forte dependência econômica entre representante e representado, além dos

fatores simbólicos da relação entre os integrados ao sistema de representação e os dependentes dos “favores pessoais” para se sentirem representados (Ferreira, 2001). Um dos principais exemplos desse fenômeno, identificado há pelo menos 150 anos na política brasileira, é o populismo no Brasil. Nesse sentido, vê-se a personalização da política no Brasil como algo negativo e atrasado (Barbosa, 1988), vinculada a um tipo de relação verticalizada e de dependência entre representantes e representados.

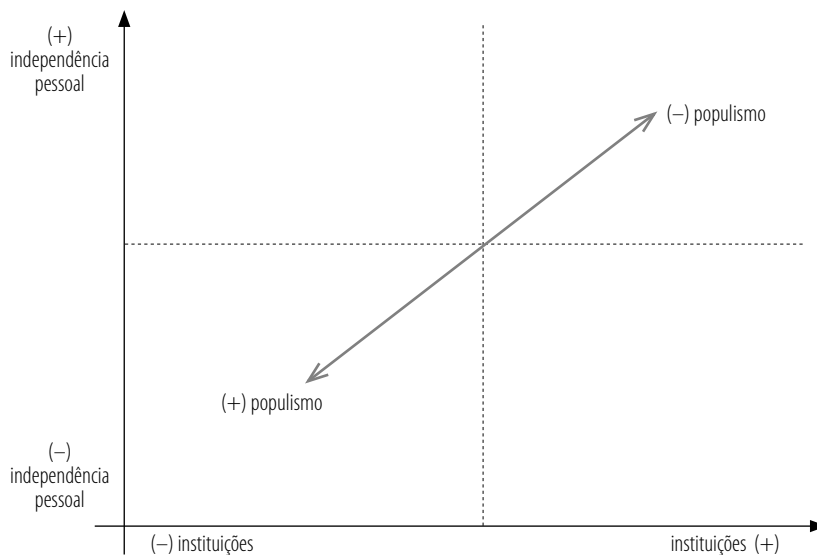
O fenômeno populista teria se desenvolvido, de acordo com a corrente mais aceita na literatura, em função do tipo de representação de poder concentrado em líderes locais, com relações diretas aos liderados e sem intermediação de instituições políticas formais. O efeito seria uma lealdade maior a personalidades e quase nenhuma confiança em instituições. Esse padrão de representação política teria se dado, principalmente, no Brasil rural do século XIX e primeira metade do século XX (Weffort, 1989). O antídoto para o populismo, seria, de acordo com essa explicação, o fortalecimento das instituições políticas e a despersonalização das relações diretas, com a consequente redução das dependências econômicas dos representados em relação aos representantes (Ianni, 1971). Note-se que o fenômeno do populismo não é tão simples que permita uma explicação linear. Ele é composto por diferentes dimensões. Dentre elas, podem-se destacar pelo menos três:

- Econômica: identificada pela necessária relação de dependência política entre representados e representantes, o que garante a sobrevivência econômica dos primeiros como uma função do grau de proximidade dos últimos. Quanto mais fiéis politicamente ao líder populista, maiores as chances de sobrevivência econômica dos liderados;
- Institucional: identificada pela ausência das instituições políticas formais e pela quase inexistência de decisões institucionalizadas, ficando a prática política submetida aos interesses dos agentes que conseguem ocupar os postos formais de poder na hierarquia institucional. Assim, as instituições passam de agentes políticos a simples organizadores daqueles que detêm o poder político.
- Simbólico: o chefe político populista, que concentra poder de representação e poder econômico, também possui uma capacidade de se legitimar como agente capaz de representar e realizar as demandas dos liderados. A dimensão simbólica da relação populista é comumente identificada a partir da análise da categoria “carisma” do representante e se concretiza na capacidade de mobilização dos representados a partir dos discursos personalistas dos líderes populistas.

Portanto, a forma de representação política populista não pode ser entendida como consequência de apenas um fator isolado, tal como i) concentração de riqueza, que gera dependência econômica entre atores na esfera política; ou ii) instituições políticas formais fracas e regras inexistentes na prática, resultando em uma cultura política patrimonialista; ou iii) presença de um líder carismático que consegue, a partir de seus discursos dirigidos diretamente ao cidadão comum, mobilizar a massa em seu próprio interesse. Não basta alterar um ou dois desses fatores para que as condições do populismo deixem de existir. Ainda assim, se considerarmos que o surgimento de uma liderança carismática com capacidade para mobilizar o cidadão comum é a dimensão menos previsível das três, podemos sintetizar a relação entre as duas dimensões restantes como diretamente relacionadas. Quanto menos instituições políticas formais e menor independência do representado em relação ao representante, maiores são as possibilidades para que o discurso populista encontre respaldo na sociedade. O inverso indicaria condições menos adequadas para o desenvolvimento do populismo.

A figura 1 a seguir mostra a relação entre as duas variáveis estruturais (independência econômica, sob o ponto de vista do cidadão comum, e presença de instituições políticas, sob o ponto de vista da ação da elite política).

Figura 1. *Condições estruturais para a manifestação do populismo político*



As condições menos propícias para a manifestação do populismo estariam no quadrante superior direito, onde há mais instituições funcionando e mais independência dos representados em relação aos representantes. Ao passo que o populismo teria campo fértil nas condições oferecidas pelo quadrante inferior esquerdo. No entanto, é preciso considerar a necessidade de existência de uma liderança carismática, com capacidade de mobilização da massa a partir da sua própria personalidade como elemento potencializador do populismo em condições de baixa institucionalização e alta dependência interpessoal.

Duas observações fazem-se necessárias aqui. A primeira diz respeito ao valor que o conceito de representação populista ganha na literatura especializada. Quando o populismo é vertical, ou seja, os representantes e representados estão em posições distintas na escala da sociedade, ele ganha um valor pejorativo, pois é identificado como um dos responsáveis pela manutenção das desigualdades políticas existentes. É o caso das análises sobre os efeitos do populismo na América Latina durante os séculos XIX e XX (Di Tella, 1983). Uma das consequências da ausência de Estado e de partidos políticos fortes naquele período na maioria dos países da região foi o fortalecimento de líderes nacionais personalistas, portadores de discursos populistas, que reforçavam as estruturas de desigualdade de poder político local.

Porém, quando as relações políticas se dão diretamente entre representante e representado de maneira horizontal, com menor desigualdade de condições entre eles, esse populismo ganha sinal positivo, pois passa a ser considerado um sinal de maior participação direta dos representados, que conseguem interferir nas decisões dos representantes, vencendo as “barreiras” e dificuldades impostas pela burocracia institucional da representação política. Exemplo desse fenômeno é apresentado por analistas das formas de representação política em democracias consolidadas europeias com a queda na capacidade dos partidos políticos em representar diferentes interesses da sociedade. Sem oferecer uma representação na velocidade desejada, os partidos políticos foram “abandonados” e os representados passaram a dirigir diretamente aos representantes quando queriam expressar alguma demanda na esfera política (Norris, 2004). São indicativos desse fenômeno a redução das identidades partidárias e a maior participação em eleições durante períodos de crise econômica em países onde o voto não é obrigatório. Nessas condições o cidadão sente-se mais estimulado a participar das eleições e opta pelas alternativas disponíveis considerando os discursos dos candidatos acima das lealdades partidárias de longo prazo. Uma consequência disso é que as lideranças políticas passam a dar respostas (*accountability*) de suas ações mais diretamente aos representados,

também contribuindo para o enfraquecimento das instituições representativas, principalmente partidos políticos. Como se vê, a representação personalizada, com traços mais ou menos marcantes de populismo, não é positiva ou negativa em si mesma, mas, tem seu valor em função das consequências que gera para a independência das demandas populares e das respostas dos representantes – identificadas aqui como mais horizontais ou mais verticalizadas.

A segunda observação tem menos a ver com poder político e mais a ver com instituições do mundo virtual, pois com a entrada dos novos meios de informação e comunicação na esfera política o esquema apresentado no quadro 1 precisa ser repensado. No mínimo seria necessário considerar os meios para formação de um ambiente virtual ao debate político como uma nova instituição política. Assim, redes sociais e espaços para debates segmentados ou especializados estariam substituindo organizações tradicionais na representação de demandas políticas, tais como partidos políticos².

Antes de entrarmos na discussão sobre meios de comunicação e participação política, para não correr o risco de transformar em uma abordagem excessivamente institucionalista, é preciso destacar que não se pretende desconsiderar o papel da cultura política dos que utilizam os meios de participação como variável explicativa para entender o fenômeno do populismo ou da reduzida participação das instituições políticas formais. Não se deve esperar que mecanismos disponíveis ou as instituições formais sejam capazes de reformular a cultura política predominante em uma sociedade. Ao contrário, é a cultura política que determina a forma como os cidadãos usarão as “ferramentas” disponíveis para a participação política, sejam elas as instituições tradicionais, sejam os novos meios de comunicação (Wolton, 2007). Nesse sentido, é um equívoco considerar a webpolítica como um fenômeno único em todo o mundo simplesmente porque pessoas integrantes de grupos com diferentes culturas políticas têm à disposição os mesmos instrumentos de participação virtual.

No caso brasileiro, a participação política predominantemente reativa tem demonstrado sua força também no mundo virtual. Historicamente o eleitor menos engajado no debate político tende a ser o mais reativo a estímulos vindos dos representantes. Antes mesmo da internet, através dos partidos políticos, muitas lideranças conseguiam mobilizar cidadãos pouco participantes do debate político em momentos específicos (Ferreira, 1997). Para isso, sempre foram usados os canais políticos tradicionais, tais como os partidos

2 A questão sobre o tratamento dos meios de comunicação como instituições políticas e as formas de difusão de conteúdo/demandas por outros meios que não os convencionais será melhor explorada no próximo tópico.

políticos; ou então as instituições que não fazem parte da esfera política, mas interferem diretamente nela ao difundir conteúdos políticos, como os meios de comunicação tradicionais. Mais recentemente, com a “conexão” gerada pela rede mundial de computadores e, principalmente, após o advento da web 2.0, as possibilidades de interação cresceram exponencialmente e na mesma proporção houve uma queda de custos participativos. No entanto, isso não é suficiente para explicar uma mudança na cultura política, tal como participação política menos reativa no mundo virtual. Ao contrário, estudos de caso, ainda insuficientes para sustentar uma hipótese teórica têm apresentado bons indicativos para uma agenda de pesquisa, indicam que o cidadão comum utiliza as novas ferramentas de participação política para a velha finalidade de apenas reagir a estímulos (Canavilhas, 2009). A participação massiva nos novos meios tem se caracterizado pela expressão de posições a favor ou contra determinada personalidade política antes da posição a respeito de determinado tema político. São manifestações mais próximas ou distantes dos políticos feitas diretamente a eles. Também não é raro que os representantes estimulem a participação pela web mobilizando cidadãos ao se colocarem publicamente como alguém com capacidade para decidir sobre as mais variadas questões, suplantando assim as instituições políticas formais.

A nova instituição da política virtual, a web, tem se caracterizado em processos políticos massivos como um meio de reforço de determinadas imagens pessoais em detrimento da intervenção das instituições formais. O culto ou ataque à personalidade é mais comum na webpolítica do que o debate sobre temáticas que fazem parte da esfera pública (Scherer-Warren, 2005). Uma prova de que o debate virtual não alterou substancialmente a política real é que as discussões acontecem majoritariamente em páginas/espacos/comunidades identificadas com personalidades da política e não com instituições. A visitação e presença de visitantes em páginas institucionais dos partidos políticos é bem menor que a procura pelos perfis pessoais de políticos brasileiros, que continuam promovendo suas posições políticas a partir do esquema de discussão “Estímulo – Resposta” do webdebatedor político³. Portanto, sem desconsiderar o importante papel desempenhado pela cultura política nas explicações sobre concentração de poder social (virtual ou não), o próximo

3 Além disso, os próprios procedimentos de acesso às fontes por parte dos jornalistas, na web, reproduzem as mesmas práticas de concentração e personalização típicas da cobertura política feita nos meios tradicionais. Um estudo de caso a esse respeito pode ser encontrado em Cervi e Vieira, 2010.

tópico pretende discutir as principais características do debate sobre meios de comunicação e poder político local no Brasil.

3. COMUNICAÇÃO E PODER LOCAL

Estudos sobre o papel da comunicação de massa na discussão política e a utilização dos meios de comunicação para o avanço da democracia não são recentes. Na América Latina eles remontam ao período do pós-segunda guerra mundial. Portanto, a recente discussão sobre os novos meios e a participação política não tem nada de pioneira. Pelo menos desde o final dos anos 1940, com a proposta de utilização dos meios de comunicação de massa privados para promover o avanço econômico e social nos países latino-americanos, conhecida por Teses da Unesco, é que os meios de comunicação passaram a se inserir no debate sobre participação política (Melo, 1998). A proposta, de acordo com o sociólogo norte-americano Daniel Lerner, era que os meios de comunicação eletrônicos, rádio e televisão naquele período, fizessem o papel que o Estado não conseguia fazer nos países com grande extensão e ainda com maior parte da população vivendo em zonas rurais: promover a educação formal e estimular um tipo específico de desenvolvimento social. Ao se considerar os efeitos no caso brasileiro, podemos pensar que as ações de promoção da transferência da população do campo para as cidades foram bem-sucedidas.

Isso para não falar sobre a centralidade do rádio desde os primeiros anos do governo de Getúlio Vargas. Já em 1932 Vargas publica dois decretos com a finalidade de baratear os custos, incentivando a produção de aparelhos receptores no Brasil, e permitindo a divulgação de anúncios publicitários na proporção de até 15% da programação radiofônica brasileira – até então isso era proibido. Os objetivos de Vargas eram claros: popularizar o rádio, transformando seu consumo em um hábito para as pessoas mais simples, coisa que até então era restrito apenas à elite. O presidente reconhecia o potencial de mobilização que o meio de comunicação de massa tinha (Melo, 1998). A chegada da televisão, no início da década de 1950 potencializou as funções políticas dos meios de comunicação. Os programas de debates, anteriores ao governo de Getúlio Vargas, e de entretenimento, principalmente após Vargas, migraram quase que automaticamente para o “novo meio” nos primeiros anos da década de 50. As tentativas, por parte do Estado, de controlar os conteúdos e utilizar a televisão para fins “político-educativo” concretizaram-se nos chamados Planos Nacionais de Comunicação, que eram documentos legais discutidos, votados e aprovados pelo congresso nacional com a finalidade de

indicar às emissoras de televisão quais conteúdos elas deveriam difundir durante o próximo ano. Isso seria uma contrapartida pela concessão do espectro magnético público para fins comerciais privados. Os PNCs só deixaram de existir em 1964, com o regime militar, quando o Poder Executivo passou a determinar previamente o que não poderia ser veiculado, deixando que os meios de comunicação decidissem o que fazer com os conteúdos permitidos (Melo, 1998). Basicamente, a opção foi substituir conteúdos de discussão e debate político por entretenimento.

Outra medida tomada durante a ditadura militar para aumentar o controle dos conteúdos produzidos pela televisão foi uma reorganização do modelo de produção, que antes era a partir de centenas de emissoras locais isoladas passando para a centralização em poucas redes nacionais. O controle de conteúdos pelo regime militar passou a ser mais efetivo a partir do momento em que apenas poucas redes nacionais produziam e distribuíam conteúdos, impedindo a continuidade de produção das emissoras locais (Lage, 1998). Com isso o governo conseguiu controlar os conteúdos com mais facilidade, minimizando os efeitos que a televisão pudesse ter sobre o debate político. Ela só passou a exercer uma função crítica novamente quando o regime militar estava enfraquecido, a partir dos anos 80. Entre 1960 e 1989 o Brasil não havia experimentado nenhum grande fenômeno de comunicação populista e os políticos com esse perfil tinham sido neutralizados pela nova categoria dirigente e tomadora de decisões durante o regime militar: os tecnoburocratas.

A tecnoburocracia ocupou o espaço de tomada de decisão política, que até então era dos políticos com vínculos e responsabilidades com a população, para passar a utilizar o argumento da decisão técnica para as decisões de interesse público (Codato, 1997). Logo, seria dispensável a participação do cidadão comum e de suas opiniões, visto que ele não tinha conhecimento específico/técnico suficiente para influenciar as decisões. Como se vê, o combate ao populismo no Brasil durante o regime militar não se deu apenas na esfera institucional, com a neutralização de instituições que colocavam líderes e liderados em contato direto (rádio e televisão). Também pode ser percebida no afastamento do cidadão comum dos debates, transformando-o não em ator independente do processo, mas sim em um processo independente dos atores. Não se tratava de tornar o cidadão mais independente para participar do debate público, mas sim de retirá-lo da discussão. Enquanto o regime tinha força para controlar as instituições e o debate público, pode-se dizer que foi bem sucedido em controlar a cultura política pró-personalização (Boas, 2005). Porém, a primeira experiência de eleição direta para presidência da república

pós-militarismo mostrou a força da cultura política populista no Brasil. A eleição de Fernando Collor de Melo em 1989, fundamentada na figura pessoal de renovação e de força, sem a intermediação de nenhum grande partido político, é uma demonstração do retorno do popular ao debate público em substituição aos representantes institucionalizados. Ressalte-se que a imagem de Collor foi construída predominantemente a partir da televisão, o que permite manter a relação entre meios de comunicação e populismo no Brasil.

Nas análises sobre a relação entre comunicação e poder político local – no caso brasileiro o localismo está relacionado às manifestações populistas – podemos dividir as formas de abordagem em pelo menos três períodos distintos, divididos cronologicamente em i) anos 50 e 60, preocupação principal com as estruturas físicas; ii) anos 70 e 80, preocupação principal sobre os meios e formas de controles de conteúdos; e iii) a partir dos anos 90, preocupação principal sobre os atores que participam e produzem conteúdos.

Ganha força, nos anos 50, principalmente capitaneados pelo grupo de pesquisadores do Ciespal, uma abordagem que considera a centralização dos meios de comunicação para o desenvolvimento de uma conscientização e maior participação nas decisões políticas (Barbero, 1978). O importante nesse momento era a difusão das redes físicas e pontos de acesso aos meios de comunicação. Aqui, fazer com que os sinais e aparelhos receptores chegassem aos mais distantes pontos do País equivalia a democratizar o debate. Havia pouca preocupação com os conteúdos transmitidos, visto que a simples recepção de conteúdos externos ao debate local já resultaria em uma ampliação do debate. A consequência esperada pelos autores vinculados ao Ciespal era que esses conteúdos enfraquecessem os laços de dependência política local e, por consequência, gerassem condições para uma ampliação da autonomia política (Andrade, 1975). Em resumo, ampliar redes de comunicação era sinônimo de democratizar o debate público. Para tanto, a indicação das pesquisas era que o Estado garantisse condições para ampliação das redes físicas de comunicação, dando condições de acesso aos conteúdos à maior parcela possível da população. Naquele período os estudos de comunicação aproximaram-se da extensão rural com a finalidade de produzir condições para que os segmentos mais isolados e dependentes de lideranças populistas locais tivessem condição para participar de maneira mais autônoma do debate político. O rádio era o grande veículo de inserção do cidadão comum no debate público. Se ele não apresentava condições para uma participação horizontalizada e com dupla direção, pelo menos levava ao conhecimento de um maior número de pessoas uma pluralidade de abordagens em relação aos temas públicos.

Problemas de duas ordens foram percebidos a partir da centralidade na difusão das redes físicas de acesso aos conteúdos dos meios de comunicação de massa nos anos 50. O primeiro era que as lideranças populistas locais adaptaram-se rapidamente ao novo meio de contato com os liderados. Com isso, o rádio, que deveria servir como ferramenta de expansão do debate, transformou-se em um potencializador do culto às personalidades públicas. O segundo diz respeito à crescente importância dada aos conteúdos veiculados pelos meios de comunicação. A partir dos anos 60, já com acesso ao rádio bastante desenvolvido e com a televisão se popularizando rapidamente, os conteúdos restringem-se aos interesses comerciais das redes nacionais e/ou aos interesses dos governantes tecnoburocratas do regime militar. Em resumo, as redes físicas cumpriram seu papel que era fazer chegar os conteúdos à maioria da população, no entanto, não contribuíram nem para o fim da dependência personalizada entre representante e representado, nem para a pluralização das abordagens e temas do debate público. Com isso, a geração seguinte de pesquisas muda o foco de seu interesse principal dos meios físicos para os conteúdos transmitidos pelos meios de comunicação.

É na década de 70 que a disputa pelos conteúdos transmitidos pelos meios de comunicação torna-se central para o entendimento do papel dos meios de comunicação para o debate político e a democracia no Brasil. Aqui, a atenção passa para os conteúdos. A constatação inicial é que os meios de comunicação comerciais não são suficientes para a produção de um debate público livre porque estão submetidos a interesses econômicos e só ganha espaço nesses meios aquilo que pode ser vendido e gerar lucro ao sistema. Na prática, transforma-se em antítese do modelo prescrito, pois o rendimento econômico está diretamente vinculado à conservação do *status quo* e não a sua transformação (Bolaño, 1988). Assim, o sistema de comunicação comercial é conservador por natureza, não sendo possível esperar dele outro papel que não a limitação do debate público a fronteiras seguras. Uma alternativa seriam os veículos de comunicação estatais, tais como rádios e tevês educativas, que teriam a função de complementar a comunicação comercial feita pelas organizações privadas. Assim, a população teria uma alternativa para formação e informação sobre os temas de interesse nacionais.

Embora a entrada dos meios de comunicação educativos/estatais tenha causado um efeito de complementação no sistema de produção de conteúdos, o problema da participação no debate foi mantido. Os níveis de audiência dos canais estatais no Brasil nunca se aproximaram das audiências dos meios comerciais. Além disso, a produção de conteúdos continuava restrita a poucos

produtores, embora não vinculados diretamente aos interesses de mercado, continuavam sendo poucos. Mas, o pior ainda estava por vir para os defensores do sistema estatal como complementar à comunicação de massa: os veículos estatais foram transformando seus conteúdos de atendimento ao interesse do debate público para o atendimento aos interesses dos governantes. Parte dos conteúdos passou a reforçar as imagens daqueles que conseguiam chegar aos governos regionais e locais, deixando de transmitir conteúdos para o debate público de fato, passaram a ser novos veículos de propaganda política, não comercial, mas, estatal e não público (Caparelli, 1982). Até hoje ainda se confunde meios de comunicação estatais com públicos no Brasil. São coisas diferentes, embora os estatais tenham surgido como uma resposta de interesses públicos contrapostos aos comerciais. Naquele período ficou claro que a real pluralização de conteúdos dos meios de comunicação só aconteceria quando o sistema tivesse fundamentado no tripé: meios comerciais, estatais e públicos. Essa terceira categoria, chamada popularmente de comunicação comunitária, seria um complemento aos interesses do mercado e do Estado. As rádios e tevês comunitárias representariam legitimamente os interesses da sociedade não contemplados nos outros dois. Apenas nos anos 90 o sistema de radiodifusão comunitária foi regulamentado no Brasil. Trata-se de um sistema recente, que não conseguiu produzir efeitos práticos para o debate público (Gadini, 2005).

Entre outros motivos, o sistema de radiodifusão comunitária no Brasil nasceu “atrelada” à autorização de funcionamento do Estado. Assim, interesses de parlamentares e do governo federal têm conseguido se sobrepor às tentativas de pluralização efetiva das fontes de informação. Em alguma medida, rádios comunitárias autorizadas no Brasil tendem a ter algum vínculo com grupos políticos, principalmente com políticos que são comunicadores profissionais. A sociedade organizada, que deveria ser a proponente original de novos veículos de comunicação comunitária, através de instituições civis, acaba sendo coadjuvante na maioria dos processos. A concentração do sistema comunitário de comunicação em grupos políticos ou nas mãos de lideranças religiosas impede que esses meios consigam pluralizar o debate público. Ao contrário, eles contribuem para a centralização da produção de conteúdos a partir dos interesses de perfis personalizados tradicionais: líderes políticos e religiosos.

É nos anos 90, com a popularização dos novos meios de comunicação eletrônicos, notadamente a partir da rede mundial de computadores, que a abordagem do papel dos meios de comunicação no debate público sofreu sua principal mudança. Até então, o foco das análises estava sobre os meios, seu

controle e formas de difusão dos conteúdos oferecidos pelos produtores aos consumidores. Com a internet, a distância entre produtor e consumidor foi encurtada (Braga, 2007). Não dá mais para separar quem produz de quem consome, ou seja, a questão central agora deixa de ser como pluralizar os meios de produção de conteúdo, mas, identificar quem está produzindo que conteúdos, sob que condições e como se dá o processo de produção/trans formação/consumo das abordagens sobre temas públicos que circulam na rede mundial de computadores. Evidente que essa abordagem ganhou mais força com o advento da web 2.0, quando de fato os novos meios permitiram uma horizontalidade na construção compartilhada de conteúdos, praticamente extinguindo a distância entre quem produz e quem consome os conteúdos (Marques, 2008).

Com isso, a atenção dada até então aos meios físicos de difusão ou aos interesses dos produtores passa a se concentrar nas características dos atores/ produtores de conteúdo político nos novos meios. São eles, não mais vinculados às instituições políticas formais, que passam a dar o tom do debate. Para entender a comunicação política a partir da web 2.0 é preciso conhecer quem participa efetivamente do debate e de que forma se dá essa participação. São os participantes que dão a tônica do debate político atual. A disputa pelos conteúdos está naqueles que decidem intervir na discussão sem a necessidade de vinculação institucional anterior. Os controles institucionais de entrada e participação no debate público presentes até então perderam força ou deixaram de existir. A partir dos novos meios, aqueles que decidem participar é que definem como será o debate, a partir de que temática e se será mais ou menos personalizado. Evidente que isso abre espaço para transformações na forma como se dá o debate político, mas, não necessariamente as mudanças deverão acontecer apenas porque as instituições políticas tradicionais perderam força na organização do debate público.

O fato de que a partir dos novos meios são os participantes que determinam as características do debate público não é um simples detalhe. Passa a ser um dos principais focos de atenção a forma como os novos produtores de conteúdo se comportam nas redes digitais e no mundo virtual. Pela primeira vez podemos identificar os efeitos da cultura política no debate público sem as interferências das instituições tradicionais. Agora, o que se faz no mundo virtual reflete mais fielmente os comportamentos, demandas e preferências do cidadão comum engajado no debate político do que antigamente, quando as estruturas institucionais impunham limites muito mais demarcados do que se vê no início do século XIX. Porém, não é possível explicar o fenômeno

da participação política apenas em função das “ferramentas” disponíveis. A qualidade do debate político, seja nos novos meios ou nos tradicionais, depende sempre daquilo que os participantes pretendem fazer ao participar das discussões. E, o que se vê em grande parte do debate político na web 2.0 brasileira é um reforço ao culto da personalidade forte, medida pela diferença de audiências e interações em espaços de trocas com personalidades políticas em relação aos espaços institucionalizados. O debate político na internet continua sendo entre indivíduos e personalidades; entre representantes e representados; não entre representados e instituições de representação. A web tem encurtado distâncias entre as pessoas ao invés de aproximar seus usuários de instituições políticas despersonalizadas. Além de favorecer o debate personalizado, o tipo de participação predominante no debate político que se dá nas redes sociais é mais voltado para um reforço de posições prévias do que à interação aberta e democrática para revisão de posições e opiniões anteriores ao debate. Estudos têm demonstrado como as participações de cidadãos comuns voltam-se mais para denegrir ou exaltar as imagens públicas de personalidades e menos para discutir temas políticos vinculados a elas. Some essas duas características, por um lado a tendência ao contato direto entre indivíduos que participam do debate público na internet, sem a mediação de instituições formais, por outro, a participação dependente de uma posição prévia em favor ou contra determinada personalidade e teremos as condições ideais para o surgimento de uma nova modalidade de populismo político: o webpopulismo.

4. NOTAS CONCLUSIVAS

Entre os impactos dos novos meios de comunicação no debate político e consequente reestruturação do poder local se destacam as diferenças no nível e volume de participação. Há mais pessoas participando de maneira mais autônoma. A internet potencializa a participação e acentua a visibilidade pública de agentes políticos até então considerados subalternos, não reconhecidos como tendo direito de participar pelos meios de comunicação tradicionais e pelas instituições políticas formais. Trata-se de uma nova categoria de militantes políticos que conseguem influenciar mais no mundo virtual do que foram capazes de fazer no mundo offline. Embora importante essa maior capacidade de participação do cidadão comum não é suficiente para explicar as mudanças na alocação de poder político no mundo virtual. Outro ponto a se considerar é que os participantes no debate virtual não estão dispostos, geralmente, a utilizar esse espaço para formar ou reformar suas posições sobre

os temas públicos. O debate não se torna mais plural simplesmente porque existe uma pluralidade maior de participantes. Os militantes subalternos que passaram a se manifestar no mundo virtual chegam às arenas de debates com posições pré-estabelecidas sobre os temas.

A opção pela participação como reforço de posição reduz os potenciais efeitos democratizantes do debate online e acabam funcionando como limitador para a democratização real, com distribuição do poder político que até então estava concentrado em lideranças políticas vinculadas a instituições tradicionais. No mundo virtual há uma reprodução do poder real, pois as práticas de debate político seguem o tradicional modelo de estímulo – resposta, com as manifestações servindo mais para reforçar posições pré-estabelecidas do que para permitir uma mudança de opinião após receber novas informações e argumentos de outros participantes do debate público. O reforço de posições estabelecidas no mundo offline é indicativo de que o mundo virtual também reforça práticas políticas tradicionais ao invés de agir para transformá-las. Isso porque a simples existência da “ferramenta” que permite a participação livre não é suficiente para gerar um reposicionamento dos agentes políticos e, por consequência, alterar a alocação de poder político.

Vencida a discussão sobre acesso aos meios de comunicação para produção compartilhada de conteúdos e debates, que só aconteceu efetivamente com o advento da web 2.0, os que esperavam grandes transformações nas práticas políticas se decepcionaram. O debate sobre temas continua restrito a grupos de interesse e a agentes especializados em cada assunto. A massa continua acessando a web 2.0 para se relacionar diretamente com representantes que consideram mais próximos, para defendê-los, ou para acatar os que estão distantes. Assim, a internet também serve como mecanismo para reforçar uma relação personalizada presente no tipo de política offline que se faz há mais de um século no Brasil. Ao fazer isso com ataques ou defesas incondicionais a figuras políticas, o debate público na web 2.0 não fortalece instituições políticas. É evidente que o mundo virtual não se resume a isso. Há grupos de interesse que conseguem mobilizar segmentos da sociedade em favor de temas específicos. Essas mobilizações não raras vezes têm efeitos no mundo real, com alterações na legislação ou mudanças nos rumos de políticas públicas. No entanto, além disso, no que diz respeito à dimensão de representação política, o debate na internet não tem contribuído para o fortalecimento de instituições intermediárias. Ao contrário, novos líderes políticos mais adaptados ao mundo virtual têm aproveitado esse novo espaço para se fortalecer como representante de demandas políticas difusas, acima das instituições formais. O contato



direto no mundo virtual aproxima representantes de representados e permite o surgimento do webpopulismo, um tipo de populismo que é a manifestação da cultura política personalista no uso das ferramentas digitais de debate e representação política.

Emerson U. Cervi · Doutor em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro em 2006. Professor do Departamento de Ciências Sociais e do Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Pesquisador nas áreas de Comunicação Política e Eleições. Coordena o grupo de pesquisa em Mídia, Política e Atores Sociais no CNPq.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Marco Ordonez. *La investigación de La comunicación em America Latina*. Quito, Ciespal, 1975.
- ARDITI, Benjamín. *Populism as a spectre of democracy: a response to Canovan*. Political Studies. Vol. 52, 2004.
- BARBERO, Jesus Marttin. *Comunicación masiva: discurso y poder*. Quito, Ciespal, 1978.
- BARBOSA, Maria Lucia Victor. *O Voto da Pobreza e a Pobreza do Voto – a ética da malandragem*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor e Universidade Estadual de Londrina, 1988.
- BOAS, Taylor C. Television and neopopulism in Latin America: Media Effects in Brazil and Peru. *Latin American Research Review*, Vol. 40, No. 2, June 2005.
- BOLAÑO, Cesar. *Mercado brasileiro de televisão*. Aracaju: UFSE, 1988.
- BRAGA, Sérgio S. *O papel das TICs na institucionalização das democracias: um estudo sobre a informatização dos órgãos legislativos na América do Sul com destaque para o Brasil*. Brasília: Plenarium/CEDI, 2007. Disponível em: http://www2.camara.gov.br/internet/eve/realizados/portal_seminario2007/material
- CANAVILHAS, João. *A comunicação política na era da internet*. Paper apresentado no 8º Sopcom. Lisboa – Portugal, 2009.
- CAPARELLI, Sérgio. *Televisão e capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: M&PN, 1982.
- CERVI, Emerson U. & VIEIRA, Josiane F. *O microblog twitter pautando o jornalismo político paranaense*. Paper apresentado no congresso da Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (Alacip), Bueno Aires – Argentina, 2010.
- CODATO, Adriano. *Sistema estatal e política econômica no Brasil pós-64*. São Paulo: Editora Hucitec, 1997.
- COSTA, Neusa Meirelles. Poder Local e Populismo. In: MELLO, José Marques (coord.) *Populismo e Comunicação*. São Paulo: Editora Cortez, 1981 (p. 35 a 47).
- FERREIRA, Jorge. *Trabalhadores do Brasil – o imaginário popular*. São Paulo: Editora Fundação Getulio Vargas, 1997.
- FERREIRA, Jorge (org). *O Populismo e Sua História – debate e crítica*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2001.
- GADINI, Sérgio. *A TV Comunitária nos limites da fragilização da sociedade civil*. Revista Eptic. Vol. 8. No. 6. Setembro a dezembro, 2005.
- HALEBSKI, Sandor. *Sociedade de Massa e Conflito Político*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.
- IANNI, Octavio. *O colapso do populismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1971.
- LAGE, Nilson. *Controle da Opinião Pública: um ensaio sobre a verdade conveniente*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

- MELO, José Marques. *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- MARQUES, Jamil A. *Participação política e internet: meios e oportunidades digitais de participação civil na democracia contemporânea, com um estudo do caso brasileiro*. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) –Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2008.
- NORRIS, Pipa (2004). *A virtuous Circle? The impact of political communication in post-industrial democracies*. Version to PSA Yearbook.
- RUSSELL, B. *Poder: Uma nova análise social*. São Paulo, Martins, 1941.
- SARTORI, Giovanni. *A política*. Brasília, Ed UnB, 1981.
- SCHERER-WARREN. Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información. *Revista Nueva Sociedad*, n. 196. 2005
- TELLA Di, Torcuato. *Populismo e Reforma na América*. In: CARDOSO, Fernando Henrique e MARTINS, Carlos Estevam. *Política e Sociedade*. São Paulo: Companhia Editora Nacional. 1983.
- WEFFORT, Francisco. *O populismo na política brasileira*. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1989.
- WOLTON, Dominique. *Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

Weimar 2.0: sobre a perda do espaço público¹

31

WOLFGANG DONSBACH

Diferentemente dos artigos escritos sobre as eleições anteriores, este trabalho não se baseia em dados empíricos concretos obtidos através de conteúdos ou efeitos midiáticos. Ao invés disso, reproduzo aqui algumas observações que, por um lado, se apoiam em resultados empíricos oriundos de outras áreas e, por outro, se fundamentam em observações mais gerais sobre as transformações ocorridas – também em períodos de eleições – no seio da comunicação política. Afinal de contas, nesse contexto tudo gira em torno da questão sobre quanto e o que podemos esperar dos cidadãos, das mídias e dos atores políticos numa democracia. Na verdade, há alguns anos as discussões têm voltado a gravitar em torno do antigo tema abordado por Walter Lippmann (1922), nomeadamente, a questão sobre o tamanho do delta entre os padrões ideais de uma democracia e o real desempenho dos seus atores. É claro que, embora não seja difícil chegar a um clima de suspeição generalizada de que o passado estaria sendo idealizado, para mais facilmente se expor o presente a críticas, vale ressaltar o seguinte: também se registram vários indícios empírico-científicos de que cada vez mais nos estamos distanciando desse ideal. Tal fato deve igualmente ensejar preocupações e debates, caso se pressuponha que o próprio ideal nunca será atingido – e possivelmente também não precisará ser

1 Texto redigido com base numa palestra proferida durante a jornada “Eleições de 2009 para o Parlamento Federal – um balanço”, realizada pela Academia de Formação Política de Tutzing no período de 4 a 6 de dezembro de 2009.

atingido – a fim de que as pessoas, apesar de tudo, possam viver com liberdade e autodeterminação.

A seguir descreverei duas observações que analisei e as respectivas consequências que delas advêm. A primeira observação diz respeito à banalização do fator político nas mídias e na política, e a segunda, às mudanças nos padrões de uso especialmente da internet.

I. PRIMEIRA OBSERVAÇÃO: BANALIZAÇÃO DO FATOR POLÍTICO

1.1 *Banalização da política através das mídias*

De modo crescente, os acontecimentos políticos vêm sendo “entretinizados” pelas mídias. O cientista político Gianpietro Mazzoleni dá a esse fenômeno o nome de *pop-politics*. Atualmente já existem diversos estudos realizados em diversos países que evidenciam que o jogo (“game”), ou seja, que os efeitos periféricos estão ficando progressivamente mais importantes do que a substância dos conteúdos políticos (Patterson, 1991). Um indicador desse processo é a crescente personalização dos fatos políticos. Tal personalização é alçada ao cume através de *talk shows* e duelos televisivos, cujo objetivo não consiste em explicar à população fatos complexos, mas sim, como numa verdadeira rinha de galos, deixar vestígios de quem é – conforme os critérios da indústria do entretenimento – o melhor ator dentre os dois participantes.

Da “entretinização” da política também faz parte o seu crescente grau de sensacionalismo. Já em 1989 Liedtke havia comprovado que o número de “escândalos” na República Federal da Alemanha estava em constante crescimento. É provável que isto quase não tenha ocorrido devido a uma sucessão de situações deploráveis, porém, muito mais, graças a um novo uso da linguagem nas mídias, fato que vem demandando atenção. Em terceiro lugar, um outro indicador dessa “entretinização” tem resultado do crescente negativismo que envolve a cobertura midiática sobre política. Mas fatos negativos, é bom lembrar, somente servem para divertir quando atingem os outros. E atingidos foram principalmente os candidatos à presidência dos Estados Unidos (Patterson, 1990) ou os candidatos a primeiro-ministro na Alemanha (Wilke e Leidecker, 2010), embora se tenha registrado uma leve melhoria na cobertura jornalística precisamente na última eleição realizada na Alemanha em 2009².

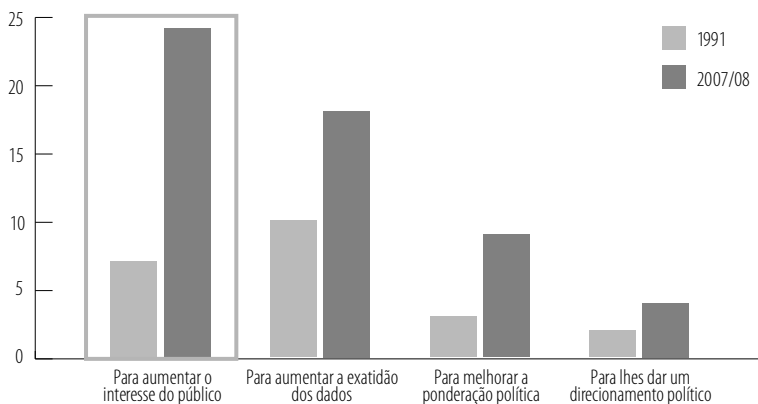
2 Considera-se que a cobertura jornalística em torno dos candidatos a primeiro-ministro no pleito de 2009 voltou a ser mais positiva como um todo, porque as duas grandes

Entretanto, a “entretenização” não diz respeito apenas a conteúdos, mas também a formatos. Os já citados *talk shows* e duelos televisivos são um desses formatos engendrados pelo entretenimento político. Neles se nota visivelmente uma aceleração cada vez maior da apresentação dos programas e, por conseguinte, a fragmentação das declarações políticas em *sound bites*, ou momentos-chave, cada vez menores. Num intervalo de apenas 20 anos, reduziu-se à metade a duração média das declarações que os políticos podem fazer num programa de notícias na Alemanha. É que se acredita não ser possível exigir mais do que isso dos cidadãos, sem que antes tenham mudado de canal.

Essa sensacionalização está sendo vivenciada pelos próprios redatores dos programas. Em 2008 refizemos uma pesquisa de opinião pública, utilizando o mesmo questionário que já havíamos aplicado no início dos anos noventa. A pergunta era a seguinte: “Com que frequência artigos elaborados por você são alterados por outra pessoa na redação?” Como alternativas, os entrevistados podiam escolher entre quatro possíveis causas de uma alteração, dentre as quais havia este: “para aumentar o interesse do público”. Num período de 17 anos, triplicou o número de pessoas que optaram pela resposta; “tais alterações ocorrem com frequência ou ocasionalmente” (gráfico 1).

Gráfico 1. Crescente pressão da sensacionalização

“Com que frequência artigos elaborados por você são alterados por outra pessoa na redação?”
 (“Com frequência e ocasionalmente”, em porcentagem)



Base de dados: jornalistas encarregados de notícias em mídias com atualização diária na Alemanha; n = 337 (1991); 199<n=201 (2008); n = 337 (1991); 199<n=201 (2008).

coligações partidárias ainda se viram obrigadas a demonstrar um certo grau de respeito durante a campanha.

1.2 Banalização do fator político através da política

Dentro do sistema político, ocorreram dois processos parciais paralelamente. Em parte a política foi puxada e em parte afundou na “entretenização” da sua própria imagem através das mídias. Os partidos entregaram-se à “lógica midiática”, assim abrindo mão da sua própria “lógica partidária”. Fizeram isto e continuam sempre a fazê-lo com o argumento de que as emissoras públicas de rádio e TV produzem uma programação voltada para excessos do tipo: “o importante é competir”. Segundo esta ideia, é preciso participar do jogo para conseguir ser ouvido. Em outras palavras: o fim justificaria os meios, e os meios consistiriam em operar os valores-notícias vendáveis das mídias, elaborar acontecimentos de forma midiaticizada e admitir o *talk show* como substitutivo do parlamento. A consequência lógica é que esses procedimentos não deixam de exercer influência sobre o recrutamento do próprio pessoal político.

1.3 Consequências da banalização do fator político

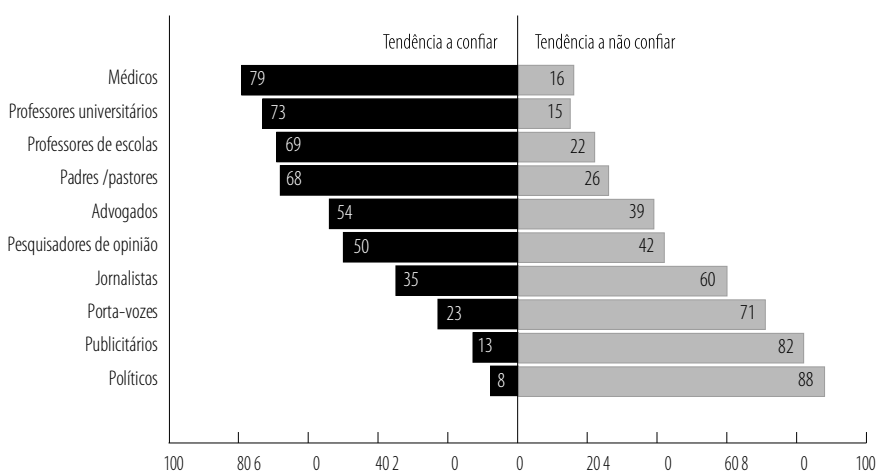
Uma consequência da banalização e, portanto, também da marginalização do processo político é que tanto as mídias quanto a política perdem o verdadeiro núcleo identificador da sua marca. Um indicador que aponta a perda desse núcleo da marca da política é o chamado desencantamento com a política e com os partidos. É claro que também há outras causas, e dentre elas se pode citar principalmente o alto grau de diferenciação das sociedades modernas, divididas em múltiplos campos de interesses que já não conseguem ser representados apenas por um pequeno número de partidos. Mas uma causa também consiste em a política se auto-instrumentalizar como oferta de entretenimento para as mídias. Um sinal óbvio disto é que políticos, p. ex. deputados, vêm registrando uma perda de seu prestígio. Dos anos setenta para cá, a parte da população alemã-ocidental que acredita em que “é preciso ter uma grande capacidade para ser deputado federal” foi reduzida a mais da metade. Na verdade, é uma situação grotesca que justamente aqueles que elegemos para representarem os nossos interesses sejam merecedores do mais baixo nível de prestígio junto à sociedade.

Nos últimos anos, contudo, um desencanto com as mídias também veio fazer companhia ao desencanto com a política. Tem havido uma constante queda no grau de fidedignidade do jornalismo. Numa pesquisa com amostra representativa da população alemã realizada em 2007/2008, apenas 35% afirmaram confiar em jornalistas (gráfico 2). Segundo o estudo, essa profissão

goza de menos confiança do que os pesquisadores de opinião pública, com a agravante de que a confiança é especialmente baixa junto aos jovens na faixa etária entre 18 e 24 anos, dos quais apenas 24% ainda depositam confiança em jornalistas.

Gráfico 2. Confiança dos alemães no jornalismo

A seguir elencarei diversos grupos profissionais. Responder se você tende a confiar ou não confiar em cada um dos grupos profissionais.



Base de dados: população alemã com idade a partir de 18 anos; cf. Donsbach et al. 2009.

Há muitos fatores que exercem influência sobre os valores relativos à confiabilidade do jornalismo. Para os alemães, jornalistas são demasiadamente poderosos, demasiadamente aéticos e demasiadamente sensacionalistas. Uma maioria dos entrevistados concorda com a afirmação de que os jornalistas “hoje em dia são mais poderosos do que os políticos”. E ao serem indagados se acham isso bom ou não, oito dentre dez dizem que “não acham isso bom” (gráfico 3). A crítica lançada contra a atitude aética de jornalistas refere-se principalmente à violação dos direitos da personalidade, mas também ao uso de imagens (p. ex. de vítimas de conflitos bélicos).

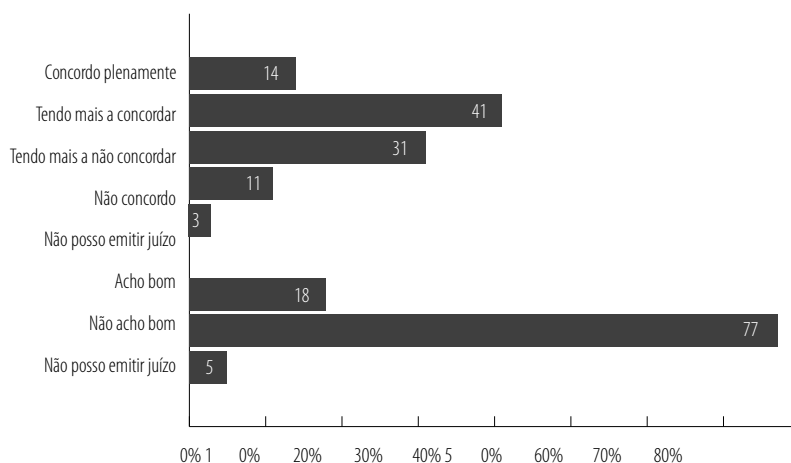
Ademais, a demanda por *soft news* e por sensacionalismo parece estar diminuindo bem mais do que supõem os jornalistas. Embora os dados obviamente sejam contaminados com facilidade pelo fator demanda social, existem vários indícios, oriundos não apenas do nosso estudo, apontando que a população realmente tem interesse por informações relevantes. Além disso, embora criem estímulos de curto prazo entre pessoas ávidas por ler ou ver

fatos espetaculares, o sensacionalismo e as *soft news* acabam agravando, em longo prazo, o prestígio das mídias junto ao público (Donsbach et al., 2009; Patterson, 2000).

Gráfico 3. Para a população, jornalistas são demasiadamente poderosos.

Algumas pessoas acham que atualmente os jornalistas são mais poderosos que os políticos. Você concorda plenamente com essa afirmativa, tende a concordar, a não concordar ou absolutamente não concorda?

Pergunta reiterada: E você acha bom que os jornalistas sejam mais poderosos ou não acha?



Base de dados: população alemã com idade a partir de 18 anos; cf. Donsbach et al., 2009.

Dando as costas para a política

Uma segunda consequência da banalização do fator político através das mídias e da política é que a população está dando as costas para a política. Observamos este fenômeno, a título de exemplo, ao vermos que todos os temas que descrevem o setor público – política, ciência e pesquisa, assuntos econômicos, arte e cultura, proteção da natureza e do meio ambiente – visivelmente deixaram de gerar interesse junto à população jovem nos últimos anos. Por outro lado, áreas como o acesso à informática, cosmética, estética ou moda e tendências da moda passaram a atrair o interesse dos jovens.

Embora aqui também seja necessário fazer certas ressalvas em função das circunstâncias especiais da campanha eleitoral de 2009, o crescente desinteresse pelas eleições para o Parlamento Federal alemão é igualmente um indicador de que a população está dando as costas para a política. Enquanto 58% dos alemães afirmavam em 1998 que interromperiam um passeio num belo dia de verão para ainda votarem a tempo, em 2009 este número havia diminuído

20 pontos percentuais, segundo o Instituto de Pesquisas de Opinião Pública Allensbach (*Institut für Demoskopie Allensbach*) em julho daquele ano. De maneira análoga, também está ocorrendo uma redução constante do interesse por notícias, na medida em que estas são entendidas como resultado da elaboração dos temas atuais por jornalistas. Entre 2003 e 2008, 5% de toda a população alemã (e 11% a menos no caso dos cidadãos abaixo de 30 anos), afirmaram que para eles era importante estar bem informados sobre os acontecimentos do dia-a-dia, demonstrando quererem, portanto, estar a par das notícias (*Institut für Demoskopie Allensbach*).

Essa diminuição do comprometimento de cada indivíduo em interessar-se por temas públicos e, conseqüentemente, por notícias (*duty to keep informed*) atinge em especial os jornais diários. No que tange ao alcance destes junto ao público, estão em queda permanente. No caso dos alemães com menos de 30 anos, desde 1980 o número de pessoas que leem regularmente jornais quase caiu para a metade e representa atualmente cerca de 40%. Argumentar que o menor número de leitores de jornais esteja sendo compensado por um uso mais intenso da internet seria uma alegação para encobrir os fatos. Ao serem perguntados sobre a mídia através da qual teriam se informado “ontem” (método de pesquisa com resposta induzida) sobre os acontecimentos atuais, dentre os cidadãos abaixo de 30 anos apenas 18% afirmaram ter sido por meio da internet. Em outras palavras: o prejuízo dos jornais é compensado apenas em pequena escala através do acesso aos mesmos conteúdos por meio de outras plataformas. Trata-se, na verdade, de uma redução do interesse por notícias oriundas do campo político em geral.

Perdendo as coordenadas políticas

Uma conseqüência da banalização do fator político consiste na diminuição dos conhecimentos que a população ostenta sobre os temas pertinentes. Com frequência, os cidadãos sentem-se assoberbados em ter de opinar sobre fatos políticos. Observe-se que 46% afirmam: “Às vezes a política toda é tão complicada que alguém como eu não consegue entender absolutamente o que está acontecendo.” Seja como for, o cidadão realmente enfrenta uma sobrecarga de informações, mas atualmente já existem muitos indicadores que apontam para o desconhecimento político. Um dos sinais mais inquietantes é que mais da metade dos alemães não sabe o que é “federalismo”, o que se entende por “separação dos poderes” e se dispomos de uma democracia representativa ou direta. Em comparação a isto, já se consideraria irrelevante o resultado de uma pesquisa feita em 2009 pelo Instituto Emnid, mostrando que quase um

terço dos alemães não consegue responder quando a República Federal da Alemanha foi fundada.

Uma consequência lógica da marginalização e da banalização do fator político é, portanto, o fato de a população passar a perder as coordenadas políticas ao emitirem seus juízos. Um indicador disto é o momento cada vez mais tardio em que se dá a decisão nas urnas e – como reverso da medalha – a perda de identificações partidárias. Nas eleições para o Parlamento Federal alemão em 2009, mais da metade da população afirmou que tomaria a sua decisão nas últimas semanas antes do pleito ou até mesmo somente no próprio dia da eleição (15%). Isto certamente nos leva a supor que, agindo dessa forma, a maioria desses cidadãos não tencionava prolongar o período destinado a coletar informações da maneira mais ampla e racional possível e que, na verdade, simplesmente lhes faltavam até o final coordenadas políticas e objetivas para analisarem os partidos e os candidatos.

Com uma boa pitada de coragem para simplificar, a tese pode ousar afirmar que estamos caminhando cada vez mais na direção de uma sociedade da informação composta de três classes. Uma grande parte constitui-se de um “preariado comunicativo”, que praticamente não faz mais nenhum uso político das mídias, adota uma posição distante da política, não demonstra quaisquer indícios de participação política, não ostenta nenhum conhecimento político e racionaliza tudo isso com um desencantamento político ainda mais elevado do que a culpa de outrem. No setor intermediário, encontra-se aquela zona que eu designo como a dos “semiformados politicamente”. É o público típico que frequenta os *talk shows* televisivos, que pelo menos ainda esboça um interesse superficial pela política, possui um entendimento político básico, embora mais voltado para pessoas do que para fatos, e reduz sua participação política geralmente a participar dos respectivos pleitos. Por cima de tudo, para então a pequena elite de pessoas que exhibe uma alta taxa de uso político das mídias e com participação própria, e que, por isso mesmo, também tem a oportunidade de exercer uma influência mais forte sobre os acontecimentos políticos do que outros grupos. Trata-se – como já foi dito – de um modelo que poderia muito bem realizar-se empiricamente, pelo menos no tocante às suas mudanças qualitativas ao longo dos anos.

Transformando a imagem da política

Uma quarta consequência dessa banalização do fator político através das mídias e da política é a transformação da imagem da política e dos políticos, como esta acaba sendo recebida pela população. Conforme a “tese das duas

arenas” (Kepplinger, 1997), para os políticos sempre será mais importante pontuar no segundo palco, ou seja, no palco do ganho de consentimento público, enquanto que o primeiro palco, relacionado à solução objetiva de problemas, embora não registre perdas de importância, sempre será menos decisivo para o sucesso de um político. É claro que os dois palcos exigem qualidades completamente diferentes. Além disso, quem observar as mudanças de longo prazo na seleção do pessoal político no seio dos partidos verá claramente essa mudança voltada para a retórica e as qualidades midiáticas.

Por conseguinte, mudam também os graus de importância atribuídos, ao se avaliar o pessoal político. Em 1987, um estudo publicado nos Estados Unidos (Keeter, 1987) já mostrava como os conceitos emitidos sobre as qualidades dos políticos sempre ganhavam, na futura decisão eleitoral, mais importância, ao passo que a relevância regredia no tocante a conceitos sobre a competência técnica dos candidatos. Um indicador válido para esse processo também são os fatores que influenciam sobre a percepção do chamado “vencedor” dos duelos televisivos. Os sentimentos que um candidato é capaz de passar aos telespectadores são claramente mais passíveis de exercer influência do que a própria capacidade de estes perceberem, nos candidatos, atributos como simpatia, retórica ou competência técnica. O nosso estudo sobre o primeiro duelo televisivo da política alemã entre os candidatos Stoiber e Schröder evidenciou esse fato com uma ampla base de dados (Donsbach, Jandura e Hastall, 2004) e coincide com os resultados de outros estudos (cf. Maurer & Reinemann, 2003). A frase proferida pelo editor da Revista *Focus*, Helmut Markwort, ao sentenciar que “os telespectadores alemães preferiam eleger primeiro-ministro o apresentador de TV Günther Jauch, já que este passa uma melhor imagem na televisão”, encontra uma dura correspondência na realidade da comunicação política.

A mudança de percepção na política também atinge uma outra área mais sutil. Quanto menos o cidadão estiver com os pés bem firmes na área central da política, maior será a probabilidade de os fatores não-políticos e irrelevantes serem mais decisivos para o resultado nas urnas. Na psicologia da comunicação, distingue-se entre processamento central e periférico de informações. A decisão sobre que caminho o indivíduo toma por ocasião do processamento de informações será determinado primeiramente pelo grau de envolvimento com o tema. Se estiver altamente motivado, ocorrerá então um processamento central de informações, através do qual os argumentos são cuidadosamente ponderados uns contra os outros e costurados com a ajuda de ideias do próprio indivíduo. Uma convicção dependerá em primeira linha da qualidade dos

argumentos. Porém, se o envolvimento for reduzido, isso levará à via periférica, onde o indivíduo lidará com os argumentos de maneira menos objetiva e, contrariamente, onde critérios formais ganharão força na hora de se tecer um juízo. Destes critérios formais fazem parte, à guisa de exemplo, o número de argumentos apresentados, a aparência do comunicador e outros fatores semelhantes. A persuasão depende, portanto, mais do contexto e menos dos argumentos (Petty & Cacioppo, 1986).

Há muitos indícios de que os cidadãos, no momento de perceberem o fator político, cada vez mais optam pelo caminho periférico. Se o interesse pela política diminui, e se a base para formar um juízo da situação diminui a olhos vistos, forçosamente quase não lhes resta outra opção. Mas como – pelo menos numa parte (ainda) grande da população – existe um compromisso próprio de se formar um juízo sobre uma situação política dada (seja no sentido de tecer uma opinião sobre a primeira-ministra ou sobre uma intenção de voto), cumpre que se recorra a estímulos periféricos para se chegar a formar um juízo. Portanto, a melhor aparência, o rosto mais charmoso, a aparição mais frequente na TV ou os discursos mais frequentes em *talk shows*, a opinião mais sutil dada pela apresentadora do programa ou a ideia acerca da opinião dos concidadãos normalmente serão decisivos para o modo como um indivíduo formará um julgamento sobre um político ou sobre o partido deste.

Cidadãos e mídias como alvos móveis dos partidos

Uma quinta e última consequência da banalização do fator político através das mídias e da política consiste em que tanto as mídias quanto os cidadãos estão progressivamente se tornando alvos móveis da política. Se os cidadãos cada vez menos exibem um vínculo partidário, se cada vez menos estão informados sobre política, se cada vez mais são suscetíveis aos estímulos periféricos e julgam os políticos conforme os critérios do entretenimento, então os critérios tradicionais, tais como competência e fidelidade partidárias, acabam deixando de ter importância. Os fatores decisivos para a persuasão ou ativação política são desproporcionalmente mais multifacetados e conseqüentemente menos passíveis de serem planejados.

Todavia, para os partidos as mídias também estão se tornando cada vez menos planejáveis. Se antigamente a grande parcialidade de algumas mídias era um problema da política de comunicação, hoje em dia os ditames dos valores-notícias são um problema meramente prático, condicionado à crescente comercialização das mídias. Chega a ocorrer uma “random partisanship”

(Patterson e Donsbach, 1996), onde não é a tendência de longa duração, mas a breve existência de determinadas condicionantes ou atividades políticas, que decide que partido ou que ator político é atingido pelo negativismo das mídias. Assim sendo, também as mídias não mais podem ser divididas em amigos e inimigos de determinados partidos políticos. Este fato é sempre benéfico para o sistema de comunicações, mas acaba dificultando o planejamento de campanhas, já que estas dependem das eventualidades dos temas tratados e dos acontecimentos.

2. SEGUNDA OBSERVAÇÃO: MUDANÇAS NOS PADRÕES DE USO

2.1 Fenômenos

Embora a internet – como já se disse acima – não compense a perda registrada no acesso a notícias através das mídias tradicionais, ela está em franco crescimento como fonte de notícias atuais. Se em 2004 ainda eram 46% dos alemães que consideravam “notícias atuais” os conteúdos consultados por eles na internet, em 2009 já são 50%. Um terço dos leitores *on-line* na Alemanha chega inclusive a declarar que recorrem diariamente a “notícias e atualidades” na internet (fonte: Online-Nutzer ab 14 Jahren / usuários *on-line* a partir de 14 anos, Van-Eymeren e Frees, 2009).

Ora, “notícia” é um termo muito flexível e o já citado fator da demanda social também se reflete nesses números. Mas não se pode contestar que a internet realmente tem pontuado como fonte de notícias. Nos Estados Unidos a internet, enquanto geradora de notícias, inclusive já chegou a ultrapassar os jornais diários tradicionais. Hoje em dia, 40% dos norte-americanos afirmam obter a maior parte das notícias nacionais e internacionais pela internet, e tão-somente 35%, através dos jornais diários. Mas para 70% dos indivíduos consultados, a TV continua a ser a principal fonte de notícias (Pew Center for the People and the Press, 2008).

Um termo ainda mais amplo do que “notícia” é o fenômeno “internet”. Cabe aqui a seguinte pergunta: dentre as muitas possibilidades existentes na internet, onde são buscadas as notícias? Pode-se supor que se trata cada vez menos de portais gerados pelo jornalismo profissional, mas, em compensação, cada vez mais produzidos por outras fontes, tais como portais não-profissionais, blogs ou redes sociais. Um estudo do Shorenstein Center for the Press, Politics and Public Policy (2007) evidenciou que os chamados agregadores de notícias (“news aggregators”) e os blogs passaram a contar com um enorme

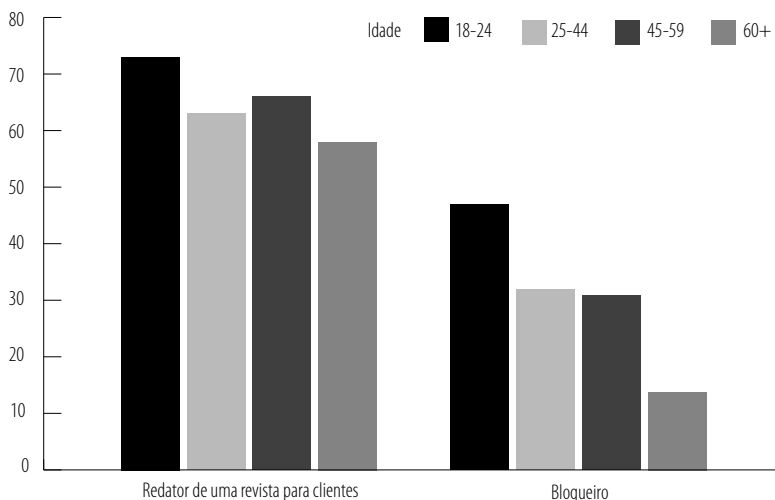
acesso, enquanto os portais tradicionais de notícias na internet estagnaram ou perderam quotas de acesso.

Uma das consequências dramáticas para as ofertas de mídias profissionais na era da internet é o crescente grau de indecisão do usuário perante as ofertas disponibilizadas na rede. Quase não há diferença, pelo menos do ponto de vista óptico, entre os websites de um blogueiro, uma máquina de busca com notícias na primeira página ou ainda entre as páginas de famosos jornais ou revistas alemães, como p. ex. www.spiegel.de e www.faz.de. Quem não conhece as marcas das mídias ou pelo menos desconhece a importância que está por trás delas para a qualidade das ofertas apresentadas, também não poderá fazer uma avaliação do valor ali existente e, com isso, tampouco será capaz de desenvolver uma demanda especial em relação a essas ofertas midiáticas. Desse modo, praticamente não surpreende que, para a metade dos jovens alemães na faixa etária de 18 a 24 anos, atualmente um blogueiro é um jornalista (gráfico 4).

Gráfico 4. Quem é um jornalista?

Os contornos dessa profissão confundem-se principalmente entre os jovens

Vou citar alguns profissionais. Diga, ao ouvir os nomes de cada um dos profissionais, se para você se trata de um jornalista ou não. (Dados em %)



Base: população alemã a partir de 18 anos; cf. Donsbach et al. 2009

Em sua totalidade, a oferta de informações políticas pela internet, apesar de todo o seu excelente leque de possibilidades, vai-se tornando menos profis-

sional e mais parcial. Um estudo recente elaborado por Maier (2010) analisou, por um lado, mais de 13.000 relatórios de 13 jornais diários nacionais e regionais, assim como, por outro lado, um total de 5 provedores da internet (CNN.com, Yahoo News, NBC.com, Google News e AOL News). Embora as ofertas disponibilizadas pelos provedores ostentassem, em média, mais matérias do que os produtos impressos, o seu tamanho geralmente equivalia à metade do volume destes últimos, as notícias eram alimentadas predominantemente através de agências de notícias e estavam mais centradas em emitir opiniões do que prestar informações objetivas. De maneira complementar, uma análise comparativa de conteúdos de *websites* de jornais diários profissionais, por um lado, e websites de jornalistas *ad hoc* e blogueiros, por outro, revelou que estes estão longe de substituir as atuações online protagonizadas pelas mídias profissionais (Lacy et al., 2010).

Não obstante, as ofertas de notícias em portais da internet – pelo menos no que tange às operadoras de mídias não profissionais – não apenas são menos substanciais, como também mais parciais. Baum e Groehling (2008) examinaram, mediante uma análise de conteúdos, as notícias veiculadas em cinco websites (dentre as quais: Fox News, Daily Kos e Free Republic), chegando à seguinte conclusão: “Nossos resultados sugerem que, se Durbin estiver certo em acreditar que ouvir os dois lados da história ajuda os americanos a tomar melhores decisões, a crescente confiança depositada por muitos americanos politicamente atentos em *sites* parciais, como Daily Kos e Free Republic, poderia impor um desafio potencial à democracia americana (...). Independentemente das suas implicações normativas, nossos resultados oferecem uma surpreendente comprovação para aqueles que se queixam de haver uma cobertura unilateral da política na chamada blogosfera.”

Ressalte-se, todavia, que não apenas as ofertas de notícias na internet estão se tornando mais seletivas: o mesmo vem ocorrendo com o seu uso. Na medida em que tenham interesses políticos e uma preferência partidária, os americanos estão recorrendo mais e mais a esses tipos de fonte de notícias que correspondam aos pontos de vista já existentes. Um estudo realizado por Iyengar e Hahn (2009) comprova esse fato de maneira impressionante no tocante aos portais de notícias Fox News e CNN / NPR. Também um estudo feito na Alemanha, que verificou experimentalmente o interesse por notícias veiculadas na internet, concluiu que os indivíduos envolvidos nesse estudo, sobretudo quando se tratava de temáticas altamente relevantes, clicavam para ver informações com consistência de conteúdo, deixando de lado *links* inconsistentes (Knobloch-Westerwick, 2007; Knobloch-Wes-

terwick & Meng, 2009). Um estudo americano realizado por Meffert *et alii* (2006) chegou a resultados semelhantes: os indivíduos envolvidos na pesquisa escolhiam no portal, com uma frequência significativamente maior, as manchetes relacionadas ao seu candidato predileto do que as referentes ao candidato da oposição.

O fenômeno da seletividade ainda é mais fortalecido através das redes sociais na internet. Mais de um quarto dos usuários da internet a partir de 14 anos participa pelo menos uma vez na semana de fóruns de discussão, grupos de notícias e bate-papos. No caso de adolescentes e jovens entre 14 e 29 anos, já são 60%. Também existem as chamadas comunidades virtuais, de que já participam mais de 60% das pessoas nessa faixa etária. A característica dessas redes sociais consiste justamente em se estar “no seu próprio grupo” e repassar notícias e comentários uns para os outros ou fazer referência a novidades que correspondam às opiniões compartilhadas pelo grupo. Isto significa dizer que as redes sociais estão provocando uma segmentação cada vez mais ampla, designada pelo publicitário americano Bill Bishop através do termo “big sort”.

2.2 Consequências das mudanças nos padrões de uso

A consequência das mudanças nos padrões de uso consiste, sobretudo, em estar havendo uma demanda cada vez menor pelos produtos gerados pelo jornalismo profissional. Em primeiro lugar, isto nos leva a perguntar o que significa mesmo “jornalismo profissional”. Barnhurst e Owens (2008) esclarecem essa questão com a seguinte definição: “jornalismo é uma constelação de práticas que adquiriram um *status* especial dentro do domínio mais amplo da comunicação, através de uma longa história que fez uma separação entre o compartilhamento de notícias e suas origens calcadas em comunicação interpessoal. Contar a outras pessoas sobre eventos que acontecem em seu ambiente social e físico é uma atividade diária comum em sociedades humanas (...). Uma dificuldade principal no compartilhamento de informações é assegurar a verdade ou, em outros termos, fazer uma distinção entre informação e fofoca” (Barnhurst e Owens, 2008, p. 2557). Conforme os dois autores citados, o cerne do jornalismo profissional fundamenta-se, portanto, em separar as notícias de todos os outros conteúdos da comunicação pessoal, sobretudo fazendo a correta distinção entre informações e boatos.

Observando-se as evoluções ocorridas nos conteúdos encontrados na internet, é preciso concluir que são justamente os “boatos” que estão ganhando

importância. O antigo diretor da Fundação Nieman na Universidade de Harvard, Bill Kovach, expressiu essa preocupação da seguinte maneira: “A cada dia que passa aumenta o número de pessoas que fazem parte da geração especializada em tecnologia, acostumadas a comunicar o que quiserem, quando, onde, como e sobre quem quiserem. A questão é se aqueles que contribuem para esse novo universo de vozes têm o tempo, a motivação e as habilidades que essa tarefa exige” (Kovach, 2006). A exigência do autor: necessitamos de um “novo jornalismo de verificação”.

Porém, se a demanda por jornalismo profissional diminuir, e se as fontes para-jornalísticas e não-jornalísticas desempenharem um papel mais e mais importante, então a tendência é que continue diminuindo a quota de “conhecimentos verificados” no cabedal de conhecimentos adquiridos pelos cidadãos. Desse modo, a sociedade, no final das contas, também assumirá feições mais irracionais e, de certa maneira, mais ideológicas ou, porém, no mínimo mais superficiais. É exatamente esse motivo que Miriam Feckel (FAZ³ de 12.05.2009) coloca em sua reivindicação de que a nossa sociedade precisa urgentemente de um jornalismo de qualidade, pois sem isso as novidades não chegarão ao mundo: “Necessitamos de pessoas que se levantem da escrivaninha e larguem o computador, para observar o que acontece no mundo. Necessitamos de pessoas que entendam pesquisa como algo mais que apenas digitar uma entrada numa máquina de busca” (Miriam Meckel, FAZ 12.05.2009).

Uma outra consequência das mudanças ocorridas nos padrões de uso da rede é que também está diminuindo a quota de conhecimentos *comuns* no cabedal de conhecimentos dos cidadãos. Este é o fenômeno que eu chamo de “weimarização”. A população somente está se interessando por coisas que lhes digam respeito diretamente. Uwe Volkmann (2010) chama isso de “privatização da democracia”. A sociedade perde sua capacidade de comunicação, porque não mais dispõe de temas nem de crenças comuns. Tal característica contribuiu para o fim da República de Weimar. Uma sociedade assim também deixa de possuir uma esfera pública, pois a esfera pública consiste justamente em se interessar pelas coisas que vão além do próprio horizonte e, sobretudo, além dos próprios interesses da pessoa. Também por essa razão, Otfried Jarren (2008) descreveu as mídias de massa profissionais como “uma instituição imprescindível das nossas sociedades”. Elas “(...) possibilitam, de forma especial, os processos interativos entre provedores e receptores de informações, regulam

3 Nota do trad.: “Frankfurter Allgemeine Zeitung”, jornal diário alemão de circulação nacional.

os processos de intercâmbio dentro da sociedade, visíveis e vinculativos para todos os membros da sociedade”.

CONCLUSÃO

Ainda que pressuponhamos apenas uma parte das hipóteses, coloca-se então a questão de como poder enfrentar os desenvolvimentos que estão a surgir em detrimento da democracia e da esfera pública. Faz-se mister que o jornalismo e os políticos, o sistema político e o sistema midiático revigorem o centro de suas marcas. No próprio jornalismo também se propagou uma tendência de ver como jornalismo tudo o que parece sê-lo. De maneira idêntica, aqui se perderam as coordenadas, e faz-se necessário que os próprios jornalistas, de maneira ativa e consciente, divulguem e fortaleçam a sua função e a sua identidade profissional. No seio do sistema midiático, esse fortalecimento pode ocorrer através do aprimoramento dos cursos de formação de jornalistas e da socialização profissional dos jornalistas. Já fora do sistema midiático, pode dar-se através de campanhas educacionais e públicas que deixem claro em que consiste a competência profissional do jornalismo.

Por último, é necessário reinstaurar o debate da profissionalização nessa área. As profissões que desempenham um papel especial na sociedade fazem frente a alguns privilégios (p.ex. excesso de controle corporativista) e alcançam um bom nível de reputação, empenhando-se em prestar seus serviços sempre em prol da sociedade, fazendo uso dos melhores conhecimentos e da máxima conscienciosidade (“best practices”). Isto também significa voltar a manter em riste um escudo de proteção contra a influência de interesses puramente comerciais de vida curta duração, defendidos com veemência por mídias que, a longo prazo, de certo modo acabaram enfraquecendo a sua própria situação econômica.

O lado da oferta, todavia, representa apenas a metade da solução do problema. Cumpre igualmente revigorar o viés da demanda por jornalismo profissional. Supõe-se que esta também seja a parte mais complexa da tarefa. Como é possível ensinar a pessoas jovens do que se compõem a identidade e a qualidade do jornalismo e por que o interesse por temas públicos não apenas é importante, mas também útil para cada indivíduo? Para isto também existem respostas, mas aqui já não há espaço para desenvolvê-las, já que elas não são o objeto deste estudo.

Wolfgang Donsbach · Professor titular da cátedra de Ciências da Comunicação da Universidade Tecnológica de Dresden. Diretor fundador e atual diretor do Instituto de Investigação em Jornalismo, Opinião Pública, Comunicação Política e Investigação sobre Recepção de Meios da mesma universidade. Foi presidente da *World Association for Public Opinion Research* (WAPOR) e da *International Communication Association* (ICA). Membro do Conselho de Cultura do estado alemão de Saxônia. Autor de *International Encyclopedia of Communication* e *Handbook of Public Opinion Research* (junto com Michael Traugott, Michigan University), entre outras publicações.

BIBLIOGRAFIA

- BARNHURST, K. G. and OWENS, J. Journalism. In: DONSBACH, W. (ed.): *The International Encyclopedia of Communication*. Vol. 6, Malden: Wiley-Blackwell, p. 2557-69, 2008.
- BAUM, M.A. & GROEHLING, T. New media and the polarization of American political discourse. *Political Communication*, 25, p. 345–365, 2008.
- BISHOP, B. *The Big Sort. Why the clustering of like-minded America is tearing us apart*. Orlando: Houghton Mufflin Harcourt, 2008.
- DONSBACH, W., JANDURA, O. & HASTALL, M. Neues aus der Fernsehdemokratie – Wahrnehmung und Wirkung des ersten TV-Duells. In: OBERREUTER, H. (Hg.): *Der versäumte Wechsel. Eine Bilanz des Wahljahres 2002*. München: Olzog, p. 136-156, 2004.
- DONSBACH, W. RENTSCH, M., SCHIELICKE, A.-M. & Degen, S. *Entzauberung eines Berufs. Was die Deutschen vom Journalismus erwarten und wie sie enttäuscht werden*. Konstanz: UVK Medien, 2009.
- IYENGAR, S. & HAHN, K.S. (2009). Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use. *Journal of Communication*, 59, p. 19-39.
- JARREN, O. Massenmedien als Intermediäre. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 56, p. 329-346, 2008.
- JOAN SHORENSTEIN CENTER FOR THE PRESS, POLITICS, AND PUBLIC POLICY. *Creative Destruction: An Exploratory Look at News on the Internet*. Cambridge: Harvard University, 2007.
- KEETER, S. The Illusion of Intimacy. Television and the role of personal qualities in voter choice. *Public Opinion Quarterly*, 51, p. 344-358, 1987.
- KNOBLOCH-WESTERWICK, Silvia Kognitive Dissonanz „Revised“ – Selektive Zuwendung zu einstellungskonsistenten und -inkonsistenten politischen Informationen“. *Publizistik*, 52, p. 51-62, 2007.
- KNOBLOCH-WESTERWICK, S. & MENG, J. Looking the Other Way: Selective Exposure to Attitude-Consistent and Counterattitudinal Political Information. *Communication Research*, 36, p. 426-448, 2009.
- KOVACH, Bill Toward a new journalism with verification. *Nieman Reports*, vol. 60, No. 4, p. 39-41, 2006.
- LACY, S., DUFFY, M., RIFFE, D. THORSON, E. & FLEMING, K. Citizen journalism web sites complement newspapers. *Newspaper Research Journal*, 31, p. 34-46, 2010.
- LIEDTKE, R. *Die neue Skandal-Chronik. 40 Jahre Affären und Skandale in der Bundesrepublik*. Frankfurt/Main: Eichborn, 1989.
- LIPPMANN, W. *Public Opinion*. New York: Free Press, 1922 (Reprint 1997).

- MAIER, S. Newspapers offer more news than do major online sites. *Newspaper Research Journal* 31, p. 6-19, 2010.
- MAURER, M. & REINEMANN, C. *Schröder gegen Stoiber. Nutzung Wahrnehmung und Wirkung der TV-Duelle*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2003.
- MECKEL, M. In der Grotte der Erinnerung. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 12.05.2009.
- MEFFERT, M.F., CHUNG, S., JOINER, A.J., WAKS, L. & GARST, J. The effects of negativity and motivated information processing during a political campaign. *Journal of Communication*, 56, p. 27-51, 2006.
- PATTERSON, T. E. More Style Than Substance: Television News in U.S. National Elections. *Political Communication and Persuasion*, 8, p. 145-61, 1991.
- PATTERSON, T. E. *Doing Well and Doing Good*. Research Paper. Joan Shorenstein Center for the Press, Politics and Public Policy. John F. Kennedy School of Government, Harvard University, 2000.
- PATTERSON, T.E. & DONSBACH, W. News Decisions: Journalists as Partisan Actors. *Political Communication* 13, p. 455-468.
- PETTY, R. E., & CACIOPPO, J. T. *Communication and Persuasion*. New York: Springer, 1986.
- PEW CENTER FOR THE PEOPLE AND THE PRESS. *Internet overtakes newspapers as news outlet*. www.people-press.org; 23.12.2008.
- VAN EIMEREN, B. & FREES, B. Der Internetnutzer 2009 – Multimedial und total ver-netzt? *Media Perspektiven*, Heft 7, p. 334-348, 2009.
- VOLKMANN, U. Die Privatisierung der Demokratie. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 26.02.2009.
- WILKE, J. & LEIDECKER, M. *Beitrag in diesem Band*. Bitte nachtragen, 2010.

Web 2.0: visão geral sobre a comunicação baseada na web entre partidos políticos latino-americanos

51

JOSUÉ GONZÁLES FUENTES

INTRODUÇÃO

A comunicação baseada na web não é mais sinônimo de um empreendimento desconhecido, que os partidos políticos costumavam olhar com desaprovação; ela tem transformado-se progressivamente em uma atividade buscada pelos partidos e, com isso, firmado uma participação maior na discussão política. É irrefutável que qualquer partido político moderno, sério o suficiente para ser considerado uma alternativa governamental viável, tenha algum tipo de participação no mundo virtual. Hoje, a diferença não se faz presente na distinção de partidos pelo fato deles possuírem ou não participação através da internet, mas sim, pela forma como eles a utilizam e nos resultados que essa mesma utilização produz.

O advento do século XXI trouxe alguns desafios significativos no campo da comunicação política, entre eles, o desenvolvimento de aplicativos com base na internet que permitissem a transição entre a web 1.0 e a web 2.0, por volta do ano de 2004¹. Essa passagem abriu um leque de oportunidades para partidos políticos que desejavam ampliar seus meios de comunicação de muitas formas: atingindo um público maior, bem como distintos segmentos da

1 Apesar de muitos aplicativos da web 2.0 já existirem antes de 2004, este é o ano que geralmente é aceito como marco do nascimento do conceito da web 2.0 devido ao *Web 2.0 Summit* organizado por Tim O'Reilly em São Francisco.

população, diversificando suas mensagens; ambições que ainda não estavam consolidadas no início do ano de 2012.

Desde sua criação, em 1994, como uma ferramenta publicamente disponível, a web tem sempre evoluído e não há nenhum indício de que essa tendência possa ser interrompida em um futuro próximo. No ano de 2008, por exemplo, a campanha presidencial do candidato Barack Obama lançou mão do que havia de mais moderno em termos de redes sociais, o que tornou-se um ingrediente chave em sua vitória contra John McCain e uma façanha não repetida nas mesmas proporções na campanha atual, no ano de 2012, uma vez que a inovação da campanha anterior já se esgotou. Conforme sugerido pelo conceito, aplicativos e técnicas inovadoras podem dar certa vantagem a um partido político que queira utilizá-las; entretanto, tais inovações devem ser contínuas, caso haja interesse em manter a vantagem.

Esse capítulo tem como objetivo fornecer uma avaliação introdutória sobre a situação da comunicação baseada na internet entre os partidos latino-americanos; traçando informações levantadas pelo autor ² e que analisam a presença na internet de todos os grandes partidos políticos do México, Chile e Colômbia, esclarecendo algumas tendências regionais comuns entre partidos.

O presente capítulo está dividido em quatro grandes seções que procuram fornecer uma visão geral sobre a comunicação através da internet entre partidos latino-americanos. A primeira parte aborda resumidamente a natureza desse tipo de comunicação, por que ela é importante e o motivo pelo qual a web 2.0 é particularmente importante nesse contexto. Na segunda parte, o capítulo aborda alguns equívocos e interpretações errôneas sobre o que os políticos frequentemente “imaginam ser” a comunicação baseada na internet. A terceira parte trará uma breve descrição acerca de algumas das descobertas feitas pelo autor no México, no Chile e na Colômbia enfatizando algumas tendências regionais importantes. Finalmente, na última parte, é feita uma conclusão em torno da ideia da realidade dos partidos latino-americanos, levando em consideração a comunicação com base na internet e a necessidade dos mesmos reinventarem-se, sob a perspectiva do que ainda está por vir.

2 A pesquisa “Political Parties and Web 2.0 in Latin America” apresentada como dissertação de mestrado em maio de 2012 na Hertie School of Governance, Berlin; disponível mediante solicitação em Josue.inteligencias.info

I. POR QUE COMUNICAR-SE ATRAVÉS DA INTERNET?

Pessoas descrentes na utilização da internet sempre estiveram próximas aos partidos políticos, não somente entre os políticos propriamente ditos, mas também entre os acadêmicos. Durante todo o tempo as opiniões a respeito foram frequentemente divergentes, desde aqueles como Schwartz³, que alegava a falácia das virtudes desse tipo de comunicação, até os que sustentavam resultados mistos nessa experiência, como Dahlgren (2005, p. 150)⁴. Apesar do nível de ceticismo, a discussão a respeito da internet como espaço para debates políticos em público tem girado em torno do conceito de Habermas sobre “Esfera Pública”⁵ e o papel que a web desempenha nesse espaço. A leitura da literatura acadêmica dos anos 90 deixa claro como a internet mudou drasticamente em pouco menos de duas décadas; uma mudança acelerada desde o advento da Web 2.0 e que ensina algo importante: a web encontra-se em um estado de mudança permanente que interpõem-se ao seus usuários e à forma como eles se comunicam com os outros.

À parte as discussões sobre como a web evolui, é inquestionável o fato de que os partidos devem comunicar-se através da internet modernizando essa utilização, o que implica, nesse contexto, uma significativa adoção dos aplicativos da web 2.0. Existem três razões importantes que devem ser cuidadosamente consideradas ao delimitar a questão sobre por que os partidos latino-americanos devem comunicar-se através da web 2.0:

- 3 Em 1995 Schwartz contra-argumentou sobre a falácia da internet como um fórum para uma verdadeira democracia eletrônica porque *“a internet está repleta de diversos grupos de pessoas – skinheads, fanáticos religiosos, adolescentes – dos quais pouquíssimos representam o eleitorado como um todo”*.
- 4 Ele explicou como a internet era igualmente benéfica e perniciosa para a esfera pública no sentido de que ela *“aumenta o número de vozes políticas, novas formas de compromisso político e definições do que constitui a política”* enquanto que, por outro lado, *ela desestabiliza a sociedade contemporânea ao criar o “caos, a ineficiência a imprevisibilidade e assim por diante”*.
- 5 Em 1964 Habermas definiu a esfera pública como *“um domínio de nossa vida social em que algo próximo à opinião pública pode ser formado. O acesso é garantido a todos os cidadãos. Uma parcela de esfera pública toma forma em todas as conversações em que indivíduos privados reúnem-se para formar um corpo público”*.

1.1 A profissionalização da campanha eleitoral e a necessidade de uma campanha permanente

Atualmente, os partidos enfrentam a necessidade de atingir públicos maiores, de modo a conseguirem manter o apoio popular e a internet torna-se um excelente meio pra atingir esse objetivo, principalmente em períodos entre eleições. Por que isso acontece? Segundo alguns pesquisadores, até os dias atuais, a campanha eleitoral passou por três diferentes estágios, ou “Eras” que iniciaram-se no começo do século passado e dividiram-se em Pré-Moderna, Pré-Guerra, Guerra e Eras Pós-Modernas⁶. A transição de uma era a outra trouxe várias mudanças na promoção das campanhas políticas; trata-se do que Farrel denomina “The three T’s – a três letras ‘t’ que significam Tecnologia, Técnicos e Habilidades Técnicas”.⁷ A tabela abaixo mostra as características que sofreram variações durante cada estágio das campanhas.

Tabela 1. *Campanhas eleitorais sob uma perspectiva histórica*

	Campanhas Pré-Modernas	Campanhas Modernas	Campanhas Profissionais
Ferramentas	Mídia Impressa, Comícios, Reuniões, militantes	Noticiários televisivos, noticiários, propagandas, pesquisas de opinião pública	Internet, mala direta
Modo	Mão de obra intensiva, interpessoal, amadora	Capital intensivo, mediato e indireto	Capital intensivo, de mercado, com finalidade específica, contínuo
Orientação ao Eleitor	Mobilização, eleitores = fiéis partidários	Conversão e mobilização, eleitores = fiéis partidários e investimentos.	Interatividade, eleitores = consumidores
Distribuição do Poder Interno	Foco local	Foco nacional	Focos locais/nacionais, bifurcação

Fonte: Gibson & Römmele (2001) – Reformatado pelo autor para ser reproduzido nesse plano.

Essa profissionalização da maneira de fazer campanha, juntamente com a ascensão da mídia de massa e a dificuldade em assumir lealdade partidária, representa a razão principal que explica o porquê dos partidos políticos buscarem apelo incessantemente junto a diferentes segmentos de eleitores e como a comunicação com base na internet tem provado ser uma solução efetiva para os desafios da política moderna. A perda de identificação partidária e o aumento de eleitores indecisos⁸ enfatizam a necessidade dos partidos em man-

6 Gibson & Römelle (2001).

7 Farrel et al. (2006, p. 129).

8 Descobriu-se entre eles que a maioria dos eleitores indecisos encaixa-se muito mais em uma categoria “calculadora” do que em uma inconstante. McAllister (2002, p. 22).

ter uma campanha contínua capaz de prevenir a dissolução da aprovação dos cidadãos nos períodos entre eleições, momento em que tanto o interesse da mídia quanto as verbas tendem a ser baixos. É nesse momento que a internet torna-se a principal aliada dos partidos, capaz de permiti-los manterem-se em atividade entre seus simpatizantes a um custo bem menor do que o necessário no mundo real.

1.2 A curva demográfica

A América Latina é jovem. Os dados representados no gráfico abaixo foram fornecidos pela ONU e mostram que, comparada a nações “mais velhas” e desenvolvidas – ou até mesmo nações em expansão como a Rússia e a China – a América Latina é uma região com grande número de jovens.

Tabela 2. Média de idade (1950 -2010)

Área Principal, região, País	Média de Idade da População Total (em anos)												
	1950	1955	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010
China	23.8	22.1	21.3	20.2	19.7	20.7	22.4	23.9	25.1	27.3	29.7	32.2	34.5
Japão	22.3	23.6	25.5	27.3	28.9	30.4	32.6	35.1	37.4	39.6	41.3	43.1	44.7
Índia	21.3	20.6	20.1	19.5	19.2	19.7	20.1	20.5	21.1	21.7	22.7	23.9	25.1
Rússia	25.0	26.5	27.4	28.5	30.6	30.8	31.3	32.1	33.3	35.0	36.5	37.3	37.9
Reino Unido	34.9	35.1	35.5	35.0	34.2	33.9	34.4	35.3	35.8	36.5	37.7	38.8	39.8
França	34.5	32.9	33.0	32.7	32.4	31.6	32.4	33.6	34.8	36.3	37.7	38.9	39.9
Alemanha	35.4	34.5	34.7	34.4	34.3	35.4	36.4	37.1	37.6	38.3	39.9	42.1	44.3
Estados Unidos	30.0	30.2	29.6	28.4	28.2	28.8	30.0	31.4	32.9	34.1	35.3	36.2	36.9
México	18.7	17.9	17.2	16.7	16.6	16.8	17.5	18.6	19.9	21.6	23.4	25.1	26.6
Chile	22.2	21.8	20.7	20.1	20.3	21.1	22.6	24.1	25.7	27.1	28.8	30.6	32.1
Colômbia	18.7	17.8	17.0	16.6	16.9	17.8	18.9	20.1	21.5	22.6	23.8	25.3	26.8
América Central	18.7	18.0	17.3	16.7	16.7	16.9	17.5	18.4	19.5	20.9	22.5	24.0	25.4
América do Sul	20.4	20.1	19.8	19.4	19.6	20.2	20.9	21.8	22.8	23.9	25.1	26.5	28.2

*Fonte: Organização das Nações Unidas, Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais, Population Division (2011); World Population Prospects: The 2010 Revision, CD-ROM Edition.

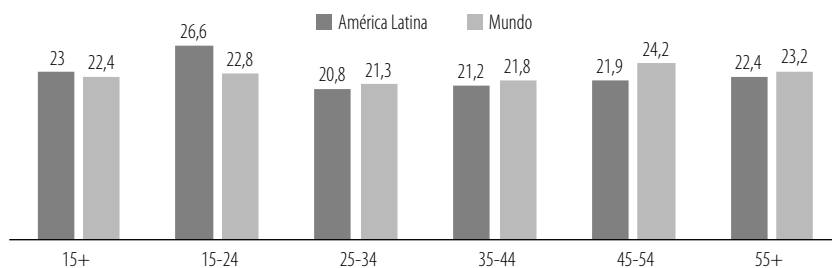
Essa observação é pertinente, pois mostra não somente a presença de um amplo eleitorado jovem, mas também o fato de que a cada dia, mais cidadãos atingem a idade para votar e os partidos, por conseguinte, devem atraí-los, já que hoje, ao contrário do que ocorre em países como Alemanha e Espanha,

onde a maior parte dos eleitores tem em torno dos quarenta anos, os jovens eleitores latino-americanos são capazes de vencer uma eleição.

O México, cujas eleições presidenciais ocorreram em julho deste ano, pode ser utilizado como exemplo. De acordo com o Instituto Federal Eleitoral (IFE) havia 84.6 milhões de eleitores cadastrados, dos quais 40,3% possuíam idade igual ou inferior a 34 anos; e 13.6 milhões de eleitores (16.1% dos eleitores) participariam das eleições presidenciais pela primeira vez.⁹

Além disso, estudos mostram que a internet é o local ideal para atingir os jovens latino-americanos. Como mostra o gráfico a seguir, é evidente que esses jovens, com idade igual ou inferior a 24 anos passam mais tempo navegando na internet do que jovens de outros países na mesma faixa etária.

Gráfico I. Média por idade do tempo gasto online (horas por visitante)



Fonte: ComScore

*reformatado pelo autor

Apesar dos componentes demográficos referentes aos usuários da região estarem sujeitos a variações em cada país¹⁰, é importante destacar a porcentagem de jovens eleitores acessíveis através da internet e como toda a América Latina possui partidos políticos explorando esse segmento através de estratégias online.

1.3 Os níveis de penetração da SNS e a erradicação da exclusão digital

As estatísticas a respeito do aumento ao acesso à internet e aos níveis de penetração dos sites de Redes Sociais (SNS, em inglês) na América Latina

9 Fonte: [HTTP://listanominal.ife.org.mx/ubicamodulo/PHP/est_ge.php?edo=0](http://listanominal.ife.org.mx/ubicamodulo/PHP/est_ge.php?edo=0)

10 As informações de 2010 fornecidas pela ComScore mostram que 45% dos usuários da internet no México variam entre as idades de 15 e 24 anos, contrastando com números de outros países como Argentina (28%) e Chile (26%).

mostram que a região é, de longe, a que apresenta o mais acelerado crescimento do índice de população com acesso à internet; e onde somente entre os anos de 2009 e 2010 o público cresceu em torno de 23%.

A tabela a seguir representa a taxa de crescimento de alguns países da região. A Colômbia mostrou a maior taxa de crescimento, aumentando a porcentagem de usuários da internet para 36% em um ano¹¹.

Além disso, de acordo com o Banco Mundial¹², enquanto que nos países da OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico) o crescimento foi de 251% entre os anos 2000 e 2010, na América Latina houve um crescimento registrado de 871%, com números incríveis como os do Brasil (1,416%) e da Colômbia (1654%).

Tabela 3. *População online na América Latina*

	Visitantes Únicos (000) 15+	Acesso a partir do Computador do Trabalho ou de Casa	Crescimento Anual
Brasil	34.246	20.608	+20
México	15.164	12.746	+19%
Argentina	12.653	9.906	+28%
Colômbia	10.213	7.511	+36%
Chile	6.849	5.892	+16%
Venezuela	2.337	1.888	+24%
Porto Rico	1.139	917	+24%

Fevereiro de 2009 Fevereiro de 2010

Fonte: ComScore World Meirix. Dados de fevereiro de 2010

Um fator chave que explica esse crescimento tão rápido está ligado à acessibilidade na aquisição de *smartphones*, que gerou a explosão das atividades nas redes sociais – particularmente o Facebook e o Twitter – em uma região onde a penetração dos telefones celulares já ultrapassa a marca dos 100%, em alguns países como Argentina (Von Wuthenau, 2011, p. 64-65). A rápida expansão do acesso à internet, a popularização de *smartphones* e até mesmo contextos culturais, transformaram a região em um *hotspot* da mídia social. No início de 2012, o Facebook anunciou ter atingido o marco de um bilhão de usuários ao redor do mundo e que, dois dos seus cinco principais mercados localizavam-se na América Latina – o Brasil ocupando o segundo lugar, com 54.8 milhões

11 Fonte: ComScore World Matrix, informações do mês de fevereiro de 2010.

12 Ver anexo A.

de usuários e o México na quinta posição, com 38.3¹³. É pertinente observar o nível de penetração desses sites entre os usuários de internet na região, com percentagens como 89.5 no Chile, 88.3 na Argentina, 87.8 na Venezuela 87.6 na Colômbia, 83.4 no Peru e 82.6 no México; enquanto a média global atinge 70% (Férrandez, 2011, p. 49). De acordo com a estimativa dos administradores do Facebook sobre a existência de 147 milhões de usuários nessa área, pode ser afirmado que um em cada quatro latino-americanos possui uma conta na rede social.

O Twitter constitui outro caso interessante, especialmente no Brasil e no México que atingiram no mês de dezembro de 2010, respectivamente, 3.4 e 1.7 milhões de inscritos no site¹⁴, sendo categorizados em fevereiro de 2012 como segundo e sétimo países em número de usuários – 33 e 11 milhões de usuários respectivamente. Nesse mesmo período, o Twitter registrou o número de 465 milhões de contas em todo o mundo¹⁵.

Estes números mostram que há na região a existência de uma taxa fixa de crescimento no acesso à internet, com milhares de usuários conectando-se pela primeira vez a cada mês e outros que tendem a passar mais tempo online que seus congêneres em diversas partes do mundo; é neste ponto que encontra-se a oportunidade para os partidos políticos que buscam expandir a base de eleitores.

2. ERROS COMUNS AO COMUNICAR-SE ONLINE

A pesar de a internet ter transformado-se em um componente essencial da vida cotidiana para um grande número de latino-americanos, ainda existem entre os partidos muitos equívocos em torno da comunicação nela baseada e na forma como eles se orientam para obter uma visão mais clara sobre o que é a internet e qual a forma mais eficaz para comunicarem-se online.

A seguir estão listados quatro erros comuns que devem ser evitados pelos partidos:

13 Fonte: <http://news.softpedia.com/news/The-Top-5-Countries-on-Facebook-Are-the-US-BrazilIndia-Indonesia-and-Mexico-296933.shtml>

14 Fonte: <http://www.ecualinkblog.com/2010/12/40-millones-de-latinos-en-twitter.html>

15 Fonte: <http://www.blogherald.com/2012/02/22/twitter-2012-infographic/>

2.1 Tentar controlar o conteúdo da internet

Apesar de alguns países como China, Síria e Irã tentarem censurar e bloquear websites e o acesso a alguns aplicativos da internet dentro de seus territórios, a ação de “controlar” a web sempre foi considerada incompatível com a sua essência. Governos ou indivíduos não podem controlar o fluxo de informação e interação porque isso exige inúmeras configurações que são modificadas todos os dias conforme surgem novos aplicativos e tendências.

Apesar dos partidos não desejarem controlar a internet como um todo por tratar-se de estruturas hierárquicas, eles tendem a sentir-se mais confortáveis controlando as informações de cima para baixo, muito do que acontece com a mídia de massa: o partido informa e os eleitores são informados. O controle era muito similar a isso na web 1.0; a informação era controlada pelo partido e havia pouca interação entre eleitores e a infraestrutura digital do mesmo, conhecida como website. Entretanto, com a ascensão da web 2.0, tornou-se cada vez mais evidente que as regras estavam sofrendo alterações e logo tornou-se perceptível que a informação não estava sendo tão valorizada quanto a “nodality” ou a capacidade de conectar o público. Tornou-se incontestável o fato de que as mensagens seriam inúteis caso não existisse um público capaz de recebê-las e transmiti-las; e assim, os interesses voltaram-se para criar redes ao invés de controlar as informações. Qualquer um poderia criar conteúdos, uma vez que a web 2.0 assinalava a era da “internet colaborativa”. Nesse ponto, os partidos políticos acharam difícil ajustarem-se, pois, a partir deste momento, o paradigma de comunicação horizontal permitia a discussão e o questionamento de informação; além disso, os conteúdos não mais seriam criados por um partido exclusivo de elite, mas por qualquer um, aliado ou adversário.

A transição da comunicação tradicional e informal apresentada pela web 1.0 para o paradigma de conversação da web 2.0 deixa uma lição para os partidos: eles devem compreender que seus papéis não consistem em ser uma represa que controla o fluxo de informação, mas sim estabelecerem-se como um grande nó de comunicação ou “facilitadores” da informação. É verdade que a comunicação através do diálogo implica a troca de opiniões, o debate de ideias e também o ataque por parte dos adversários; entretanto, os partidos não devem sentir-se apreensivos por isso, já que tais atividades são um componente necessário para as democracias modernas e desafios que fortalecem os políticos no mundo real.

2.2 *Amadorismo*

A autora Carmen Beatriz Fernandez¹⁶ explica brilhantemente em sua colaboração pra a publicação “Diálogo Político” da Fundação Konrad Adenauer Stiftung (2011) uma situação comum e que ainda ocorre na América Latina: o chefe de partido que deixa seu sobrinho encarregado pela estratégia de comunicação via internet porque ele “entende disso”. É surpreendente ver a frequência com que casos como esse ocorrem entre os partidos e que estão frequentemente relacionados a equívocos iniciais sobre a concepção do que é a comunicação via web e do que os líderes partidários acreditam ser; geralmente, essa visão acaba por considerar a internet como fator não tão essencial para vencer eleições. Contrariando essa visão, a web é uma ferramenta mais importante do que nunca para obter apoio político e a diferença entre o partido possuir ou não um especialista encarregado dos assuntos relacionados à comunicação online pode implicar no resultado de uma eleição.

Quando cuidada por equipes não qualificadas, a comunicação via web pode ser mal utilizada – focada somente em propaganda ou tendo o Twitter como a principal atividade do partido. Este, por sua vez, deve compreender a importância de profissionalizar a comunicação com base na web, integrando-a aos planos de comunicação geral sem deixá-la em segundo plano, mas considerando-a como um complemento essencial. A comunicação política no mundo real depende de alguns fatores que acabam por restringi-la – interesse da mídia, distância física, cobertura da mídia – e que a internet, dentro de sua flexibilidade, é capaz de superar.

2.3 *Comunicação defeituosa*

Os usuário da internet respondem em diversos graus à forma como um site ou a representação com base na web de alguma instituição como um partido político apresenta-se: conteúdos novos, fidedignidade da fonte, possibilidade de interagir e compartilhar a informação e o nível de controle que ele possui sobre as informações. Esse último aspecto é talvez o mais importante desde que o paradigma da web 2.0 alterou a forma como os usuários utilizam a internet; eles esperam certo grau de horizontalidade e para isso, ambas as partes necessitam de algum nível de controle sobre o conteúdo. Conforme veremos mais adiante, na América Latina, partidos associados ao comunismo

16 Fernández, Carmen Beatriz (2011, p. 45).

e ao socialismo costumam ter modelos de comunicação online bem rígidos e verticais com sites pouco informativos, disponíveis normalmente no modo offline, mal concebidos, raramente atualizados e quase sempre denominados *brochureware*¹⁷.

Atualmente, os partidos devem esforçar-se para transformar suas participações online em “amigáveis ao usuário”, permitindo a troca de informações, as discussões, os debates e mostrando-se abertos a opiniões, comentários e sugestões dos mesmos. Os partidos políticos que desejam transformar-se em elos informativos devem assegurar a presença de conteúdos novos e sinais de interações.

2.4 Valorizando nominalmente sites de redes sociais

Números e estatísticas desempenham um papel central para os partidos políticos como maximizadores de votos e aqueles que são exibidos pela SNS podem, em particular, impressionar e decepcionar mais que qualquer outro. É comum ver líderes de partido tentando confirmar valor nominal aos dados brutos que veem no uso da SNS e quando os mesmos não correspondem às pesquisas ou resultados eleitorais a confiança que eles depositam na internet é abalada. Um exemplo disso é que um dos erros mais comuns é assumir que o assinante do Facebook ou o seguidor do Twitter equivalem a um voto; ou que a comparação entre os meus partidários online e os partidários do adversário é uma leitura acurada do *momentum* político ou da intenção de votos.

Existem duas razões principais para que as estatísticas da web e os dados na SNS não sejam tão verdadeiras quanto uma pesquisa por telefone ou um estudo sobre as intenções de voto; é porque não se pode garantir a identidade de quem utiliza esses sites e muito menos se trata-se de uma pessoa ou um programa. Para alguns, comunicar-se via web é inútil porque é simplesmente impossível contar o número de votos que um partido obterá utilizando tal fonte; existem até mesmo estudos que sugerem que, se por um lado a internet apresenta uma mudança dinâmica na tecnologia de campanha, por outro, ela não modifica o cálculo base do porquê as pessoas votam (Wagner & Gainous, 2009, p. 508).

Há otimistas, entretanto, que acreditam que a comunicação com base na web pode ser medida de maneira eficaz. Dentre eles, Gibson (2004, p. 110) acredita que o sucesso pode ser medido em níveis diferentes e não necessaria-

¹⁷ Jackson e Lilleker, 2009, p. 273.

mente na função dos votos. Por exemplo, primeiro nível ao qual ela se refere é aquele em que o partido pode “ganhar” se conseguir que os eleitores vejam o site, pois ele depende da iniciativa do eleitor. O segundo nível seria constituído pela habilidade em influenciar os eleitores a buscarem mais informações; finalmente, o “grande sucesso” seria atingido se o partido conseguir convencer os eleitores a trabalharem como voluntários ou contribuírem com a campanha; todos esses graus são possíveis de medir através de vários aplicativos da web.

3. VISÃO GERAL DO CENÁRIO DA WEB 2.0 NA AMÉRICA LATINA

A utilização dos resultados do estudo “Web 2.0 and Political Parties in Latin America”¹⁸, mostra que algumas respostas interessantes expõem a situação dos partidos políticos frente à web 2.0. A pesquisa contempla três estudos de caso, são eles: México, Chile e Colômbia; todos os partidos políticos desses países que possuem representação em seus respectivos Congressos Federais – totalizando 22 partidos – foram classificados com base no tamanho, alinhamento e, quanto à posição, se eram situacionistas ou de oposição.

O estudo procurou avaliar os seguintes aspectos:

- O grau de adoção da web 2.0¹⁹
- As ferramentas da web 2.0 utilizadas com maior e menor frequência
- O grau de horizontalidade da comunicação baseada na internet e realizada pelo partido

3.1 *Grau de adoção da web 2.0*

Para esta fase, os sites oficiais de cada partido foram investigados na tentativa de localizar 20 indicadores relacionados à web 2.0, que podem incluir recursos que permitam a comunicação interativa, tais como a existência de pesquisas, redes, acesso ao Facebook e Twitter, Feeds RSS habilitados e assim por diante.

Levando em consideração o fato de que este estágio da pesquisa não analisa as propriedades das ferramentas da web 2.0 que foram adotadas, o resultado apenas indica até que ponto os partidos tem adotado plataformas e tecnologias

18 O estudo foi realizado pelo autor entre os meses de janeiro e abril de 2012.

19 Foram escolhidos 20 indicadores, cada um deles relacionados a diferentes ferramentas da web 2.0 que permitiam a conversação entre o usuário e o partido ou garantiam um nível de controle da informação vinda do usuário.

que correspondam às classificações da web 2.0. Após classificar os partidos segundo o número de indicadores encontrados²⁰, os três ligados ao espectro da extrema esquerda – *Partido Del Trabajo* (PT) e *Partido Comunista* (PC), no México; *Partido Socialista* (PS), no Chile – ficaram nas posições mais baixas. Apesar da amostra não ser grande o suficiente para estabelecer correlações, os resultados mostram que pode haver uma relação mútua entre a ideologia de extrema esquerda e a verticalidade na comunicação²¹. Com exceção disso, os resultados não mostraram quaisquer outras conclusões mais fortes, uma vez que foram cruzados entre as diferentes classificações, na tentativa de encontrar tendências, conforme pode ser observado na tabela abaixo:

Tabela 4. Avaliação das ferramentas para adoção da web 2.0

	Total		México		Colômbia		Chile	
	Média (/20)	%	Média (/20)	%	Média (/20)	%	Média (/20)	%
Total Partidos	9,1	45,5	8,3	41,4	9,9	49,4	9,0	45,0
Pelo Tamanho								
Maior	9,7	48,3	9,3	46,7	9,7	48,3	10,0	50,0
Menor	8,7	43,5	7,5	37,5	10,0	50,0	8,3	41,3
Pelo Alinhamento								
Direita	9,4	47,1	10,0	50,0	9,5	47,5	9,0	45,0
Não Direita	8,9	44,7	8,0	40,0	10,3	51,3	9,0	45,0
Pelo Controle, Influência, Posição no Poder								
Situacionistas	9,3	46,7	10,0	50,0	9,3	46,7	9,0	45,0
Oposição	8,9	44,6	8,0	40,0	11,5	57,5	9,0	45,0

3.2 As ferramentas utilizadas com maior e menor frequência

O objetivo dessa etapa era avaliar quais as ferramentas adotadas caracterizavam-se como as mais e as menos populares; a expectativa era de que tal medida permitisse a elaboração de novas conclusões. Para atingir tal objetivo, a frequência em que cada um dos indicadores apareceu entre os 22 partidos estudados foi medida e os resultados expostos em quatro colunas, uma para cada país e outra para o resultado total²². Na seguinte etapa, as cinco primei-

20 Ver anexo B.

21 O que parece fazer sentido principalmente quando considerado o fato de que ideologia de extrema esquerda costuma prestar atenção especial à doutrinação dos seus membros.

22 Ver anexo C.

ras e as cinco últimas ferramentas foram analisadas, chegando-se a algumas conclusões a partir de suas características, conforme veremos na tabela abaixo:

Tabela 5. *Ferramentas utilizadas com maior/menor frequência*

MAIS FREQUENTES							
Características	Méx.	%	Características	Col.	%	Características	Chile %
Detalhes Contato	7	100,0	Conta Facebook	8	100,0	Detalhe Contato	7 100,0
Conta Facebook	7	100,0	Conta Twitter	8	100,0	Vídeos Postados	7 100,0
“Enmeshing” Envolvimento	6	85,7	Mecanismo de Busca	8	100,0	Conta Twitter	6 85,7
Canal Youtube	6	85,7	Detalhe Contato	7	87,5	Feeds RSS	5 71,4
Conta Twitter	5	71,4	Vídeos Postados	7	87,5	Conta Facebook	4 57,1
MENOS FREQUENTES							
Características	Méx.	%	Características	Col.	%	Características	Chile %
Blogs	0	0,0	Capacidade de Visitantes atualizarem informações	2	25,0	Pesquisas	2 28,6
Capacidade de visitantes atualizarem informações	0	0,0	Visitantes podem fazer <i>upload</i> de material	2	25,0	Utilização de Fóruns	1 14,3
Visitantes podem fazer <i>upload</i> de material	0	0,0	Utilização de Redes	2	25,0	Pesquisas Iniciadas por Visitantes	1 14,3
Utilização Redes	0	0,0	Pesquisas	1	12,5	Visitantes podem fazer <i>upload</i> de material	0 0,0
Pesquisas iniciadas por visitantes	0	0,0	Pesquisas Iniciadas por Visitantes	0	0,0	Utilização de Redes	0 0,0

Ao realizar a análise da natureza das ferramentas adotadas (Detalhes de Contato, conta no Twitter, conta no Fcebook, canal no You Tube, etc.) e as ferramentas menos utilizadas (pesquisas, utilização de redes, visitantes serem capazes de atualizar informações, etc.) pode-se concluir que os países estudados compartilham uma comunicação baseada na internet muito similar, onde prevalecem a expansão da rede e o repasse de informações de modo vertical; recebem pouca atenção ferramentas que visem aumentar a interação online entre os cidadãos.

3.3 O grau de horizontalidade da comunicação com base na internet realizada pelos partidos

Essa etapa também foi baseada na pesquisa modelo proposta por Jackson & Lilleker, que consiste em “conectar os diversos elementos da web 2.0 ao conceito central de controle do receptor”, com o qual torna-se possível obter “uma percepção de como a comunicação política adere às normas da comunidade web 2.0”

(2009b, p. 236-237). Tornou-se importante, nesta fase da pesquisa, avaliar se o *design* dos websites de cada partido estimulam a interação e até que ponto eles controlam suas mensagens.

O modelo é composto pela operacionalização de duas escalas: uma escala do direcionamento da informação, que vai de 1 a 3 (unidirecional, bidirecional, tridirecional) e uma escala de 1 a 10 relacionada ao nível do receptor de controle. A combinação dessas duas escalas apresenta um valor de 1 a 30 para cada site de partido político. Quanto mais próximo do valor 30 um website estiver, maior será a adoção ao estilo e às regras da web 2.0; assim como a proximidade do valor 1, mostra proximidade à web 1.0. Os valores foram atribuídos depois de realizada, sob os critérios da escala, uma avaliação do *layout* de cada site. Os resultados estão representados na tabela a seguir:

Tabela 6. *Modelo operacional para análise da web 2.0*

		Modelo de Interatividade Entre Usuários Revisado					
Nível de Controle Receptor				PCC			Discurso Público
		Feedback	RN		Discurso Mútuo	MIRA PV PDC PVEM	
		PCR	PIN PRD PRI				
		PRSD	PDA PLC PAN		PDD		
		PC	UDI PS PdU PANAL MC				Resposta Controlada
			PT				Diálogo Responsivo
			Monólogo				
		UNIDIRECIONAL		BIDIRECIONAL		TRIDIRECIONAL	
		Sentido da Comunicação					

Duas importantes conclusões podem ser tiradas a partir dessa escala. Primeiramente, ao avaliar a ausência de partidos com média acima de 19 pontos percebe-se que, atualmente, entre os casos estudados, não existem partidos políticos envolvidos em um nível de discurso comunicativo com os usuários e a comunidade, fato que acompanha a observação feita anteriormente. Em segundo lugar, no que diz respeito à diferença entre os grupos de partidos²³, percebe-se que enquanto o modelo proposto representa uma escala ascendente em direção a uma maior abertura na comunicação, podem existir atalhos na adoção de certas ferramentas da *web 2.0*, que permitam aos partidos “pular” para estágios mais avançados da comunicação, sugerindo também que a

23 Os grupos são constituídos da seguinte forma: um grupo vai do número 2 ao número 6 e contém 16 partidos e o outro vai dos números 14 a 18 e contém seis partidos.

distância entre os partidos com os esquemas de comunicação mais abertos e aqueles que encontram-se atrasados, é mais curta do que possa parecer. Essa última conclusão deveria tornar-se um incentivo para que partidos desatualizados alcancem os que estão à frente, ao mesmo tempo em que estes são incentivados a continuarem trabalhando para manter a vantagem sobre aqueles. Mais uma vez, os partidos de extrema esquerda terminaram nas últimas posições da tabela.

4. CONCLUSÕES: O FUTURO DOS PARTIDOS POLÍTICOS

A pesar da taxa de acesso à internet e de penetração do SNS estar em ascensão na América Latina, os resultados mostram que seus partidos políticos tem atuado lentamente no que diz respeito à adoção de ferramentas da web 2.0 e quando o fazem, o foco é na expansão das suas redes, deixando para trás a possibilidade de comprometerem-se em uma forma mais participativa de interação via web. Deixando de lado todos os possíveis equívocos que possam estar bloqueando o processo de melhora da comunicação com base na internet exercida pelos partidos, é importante que os líderes partidários estejam informados e constantemente atualizados sobre tecnologias em ascensão, já que aplicativos novos e mais poderosos podem ser convertidos em políticas estratégicas melhores e mais efetivas.

O sistema democrático passa por uma fase de transição, na qual os cidadãos vem tornando-se conscientes dos seus direitos, exigindo o reconhecimento deles e mobilizando-se em defesa dos mesmos, quando necessário; trata-se de algo com o qual a internet contribuiu significativamente²⁴. Nesse contexto, percebe-se com frequência o desinteresse dos eleitores por partidos políticos com os quais eles possuem pouca identificação, além de uma desconfiança generalizada sobre o quão eficiente eles seriam caso representassem os interesses do eleitorado. Esse fenômeno encontra-se presente não só em toda a região, mas além dela; como exemplo, no caso da Europa, onde a ascensão dos Partidos Piratas tem sido creditada à desconfiança em alternativas políticas preexistentes.

Os partidos devem reinventar-se e repensarem seus papéis em uma sociedade que passa por um rápido processo de digitalização e que exige o estabelecimento de canais de interação eficientes; através da web 2.0 é possível

24 Casos como os movimentos da “Primavera Árabe” e o “#YoSoy132” que serão abordados mais à frente, neste número do Cadernos Adenauer.

atingir o enorme potencial da internet com um custo relativamente baixo se comparado à forma como ela torna possível aos partidos alcançar um amplo e diversificado segmento de eleitores, alguns deles inacessíveis através de outros canais, como por exemplo, os jovens. Além disso, aplicativos novos e mais poderosos podem fazer uma grande diferença no êxito de um partido como administrador, facilitador e comunicador.

Como um vislumbre do que ainda está por vir com a web 3.0, novos aplicativos com atributos semânticos e que permitirão uma transformação aos partidos tem surgido. Ferramentas como painéis em tempo real, que monitoram a presença de opositores através de *tags*, inteligência na internet e mídias sociais, softwares de georeferenciação em tempo real que ajudam a monitorar as eleições são apenas alguns exemplos do grande número de aplicativos já disponíveis e dos que surgem todos os dias. A web transformou nossas vidas e nos próximos anos revolucionará o papel dos partidos políticos e aqueles que possuírem visão, estratégia e vontade de explorar novas tecnologias terão os maiores benefícios.

Josué Gonzáles Fuentes é Licenciado em Direito com Menção Honorífica pela Universidade de Guadalajara, México e Mestre em Políticas Públicas pela Hertie School of Governance de Berlim, onde se especializou em Gestão Pública, Comunicação Política e Governo Eletrônico, sendo seu tema de tese um estudo sobre partidos políticos e web 2.0 na América Latina. Conta com publicações sobre temas urbanos, políticas públicas e tecnologias da informação em vários países latino-americanos assim como na Alemanha. Destacam-se em sua experiência profissional ter sido Coordenador de Agenda Política do Alcalde de Guadalajara, México, assim como coordenador da campanha eletrônica do Partido Acción Nacional para o Estado de Jalisco durante as eleições de 2009. É sócio fundador e Diretor de Governos 2.0 da empresa consultora mexicana "Inteligenci@s, Inteligencia Económica, Innovación Social y Desarrollo"; a qual se especializa em prover serviços e estratégias digitais, de participação cidadã e inteligência econômica tanto para o setor público como privado.

Anexo A. Acesso à internet (2000-2010)

País	Número de usuários internet			Número de usuários internet (a cada 100 pessoas)		
	2000	2005	2010	2000	2005	2012
Mundo	395.088.191,22	1.022.289.697,59	2.014.028.387,89	6,78	15,87	30,48
Membros OECD	320.179.465,17	646.440.862,85	862.838.674,26	27,77	54,11	69,80
América Latina e Caribe	20.268.996,30	92.329.805,17	199.881.310,59	3,90	16,64	33,98
Brasil	5.007.203,70	39.099.569,36	79.245.740,06	2,87	21,02	40,65
México	5.079.330,97	18.325.854,58	35.161.144,57	5,08	17,21	31,00
Colômbia	877.807,08	4.737.587,80	16.897.616,97	2,21	11,01	36,50
Argentina	2.599.435,57	6.854.529,69	14.548.455,36	7,04	17,72	36,00
Venezuela, RB	818.005,00	3.347.146,68	10.325.523,05	3,36	12,59	35,81
Chile	2.559.690,12	5.082.119,65	7.701.159,60	16,60	31,18	45,00
Bolívia	119.853,95	478.149,07	1.985.969,80	1,44	5,23	20,00

Fonte: Banco Mundial (<http://data.worldbank.org/indicador/IT.NET.USER.P2> e <http://dataworldbank.org/indicador/IT.NET.USER>)

Anexo B. Número de ferramentas da web 2.0 adotadas por partido

Partido	Tamanho	Posição	Alinhamento	País	Média
Movimiento Independiente de Renovación Absoluta (MIRA)	pequeno	oposição	não direita	Colômbia	16
Partido Conservador Colombiano (PCC)	grande	situacionista	direita	Colômbia	15
Partido por la Democracia (PPD)	pequeno	oposição	não direita	Chile	15
Partido Demócrata Cristiano (PDC)	grande	oposição	não direita	Chile	12
Partido revolucionário Institucional (PRI)	grande	oposição	não direita	México	11
Partido Verde Ecologista de México (PVEM)	pequeno	oposição	não direita	México	11
Partido de Integración Nacional (PIN)	pequeno	situacionista	direita	Colômbia	11
Partido Acción Nacional (PAN)	grande	situacionista	direita	México	10
Partido Verde (PV)	pequeno	situacionista	não direita	Colômbia	10
Partido Radical Social Demócrata (PRSD)	pequeno	oposição	não direita	Chile	10
Unión Demócrata Independiente (UDI)	grande	situacionista	direita	Chile	10
Partido Liberal Colombiano (PLC)	grande	situacionista	não direita	Colômbia	8
Renovación Nacional (RN)	grande	situacionista	direita	Chile	8
Partido de la Revolución Democrática (PRD)	grande	oposição	não direita	México	7
Movimiento Ciudadano (MC)	pequeno	oposição	não direita	México	7
Partido Nueva Alianza (PANAL)	pequeno	oposição	não direita	México	7
Polo Democrático Alternativo (PDA)	pequeno	oposição	não direita	Colômbia	7
Partido Social de Unidad Nacional (PdeU)	grande	situacionista	direita	Colômbia	6
Partido Cambio Radical (PCR)	pequeno	situacionista	direita	Colômbia	6
Partido Comunista (PC)	pequeno	oposição	não direita	Chile	6
Partido Dele Trabajo (PT)	pequeno	oposição	não direita	México	5
Partido Socialista (PS)	pequeno	oposição	não direita	Chile	2

Anexo C. Ferramentas da web 2.0 utilizadas com maior / menor frequência

Características	Total	%	México	%	Colômbia	%	Chile	%
Detalhes contato	21	95,5	7	100,0	7	87,5	7	100,0
Conta Twitter	19	86,4	5	71,4	8	100,0	6	85,7
Conta Facebook	19	86,4	7	100,0	8	100,0	4	57,1
Vídeos postados	18	81,8	4	57,1	7	87,5	7	100,0
Mecanismo de busca	16	72,7	4	57,1	8	100,0	4	57,1
Conversas privadas	13	59,1	3	42,9	6	75,0	4	57,1
Envolvimento	13	59,1	6	85,7	4	50,0	3	42,9
Canal Youtube	12	54,5	6	85,7	4	50,0	2	28,6
Feeds RSS	11	50,0	3	42,9	3	37,5	5	71,4
Capacidade visitantes compartilhar informações	10	45,5	4	57,1	3	37,5	3	42,9
Petições	8	36,4	3	42,9	3	37,5	2	28,6
Conversas públicas	7	31,8	1	14,3	3	37,5	3	42,9
Blogs	6	27,3	0	0,0	2	25,0	4	57,1
Flickr	6	27,3	1	14,3	3	37,5	2	28,6
Pesquisas	6	27,3	3	42,9	1	12,5	2	28,6
Capacidade visitantes atualizarem informações	5	22,7	0	0,0	2	25,0	3	42,9
Utilização fóruns	5	22,7	1	14,3	3	37,5	1	14,3
Visitantes podem postar informações	2	9,1	0	0,0	2	25,0	0	0,0
Utilização redes	2	9,1	0	0,0	2	25,0	0	0,0
Pesquisas iniciadas visitantes	1	4,5	0	0,0	0	0,0	1	14,3

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- COMSCORE WORLD MATRIX, Informações de fevereiro de 2010.
- DAHLGREN, Peter. The Internet, Public Spheres and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication* 22, n. 2 (Junho 2005) p. 147-162.
- FARREL, David M., WILLIAM J. Crotty and KATZ, Richard S. Political Parties in a Changing Campaign Environment. Em *Handbook of Party Politics*. SAGE, 2006.
- FERNÁNDEZ, Carmen Beatriz. Partidos Políticos 2.0: Mandatos Para La Nueva Acción Política. *Revista Diálogo Político*, Año XXVIII, n. 2 (Junho, 2011), p. 39-60.
- GIBSON, Rachel K. Web Campaigning from a Global Perspective. *Asia-Pacific Review* 11, n. 1 (Maio, 2004); p. 95-126.
- GIBSON, Rachel, RÖMELLE, Andrea. Changing Campaign Communications: A Party-Centered Theory of Professionalized Campaigning. *Harvard International Journal of Press/Politics* 6, n. 4 (Outono, 2001), p. 31.
- GROPER, Richard, WeiWu. Political Participation and the Internet: A Review Essay. *Political Communication* 13, n. 2, p. 247, abril de 1996.
- HABERMAS, Jürgen. *The Public Sphere: An Enciclopedi Article*. Traduzido por Sarah e Frank Lennox. Staat und Politik, new edition, 1964.
- JACKSON, Nigel A., LILLEKER, Darren G. Building an Architecture of Partiipation? Political Parties and Web 2.0 in Britain. *Journal of Information Technology & Politics* 6, n. 3 / 4, p. 232-250, julho de 2009.
- JACKSON, Nigel A., LILLEKER, Darren G. "MPs and E-Representation: Me, My Space and I." *British Politics* 4, n. 2, p. 236-264, junho de 2009.
- McALLISTER, Ian. Calculating or Capricious? The New Politics of Late Deciding Voters. In: FARREL, David M. e SCHMITT-BECK, Rüdiger (eds.). *Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums*. Londres: Routledge, 2002.
- NAÇÕES UNIDAS, DEPARTAMENTO DE ASSUNTOS ECONÔMICOS E SOCIAIS, POPULATION DIVISION. World Population Prospects: The 2010 Revision, CD-ROM Edition, 2011.
- Von WUTHENAU, Celedonio. Internet y Política En América Latina: Hacia Un Ejercicio Más Democrático y Republicano. *Revista Diálogo Político* Ano XXVIII,n. 2 (Junho, 2011).
- WAGNER, Kevin M., GAINOUS, Jason. Electronic Grassroots: Does Online Campaigning Work? *Journal of Legislative Studies* 15, n. 4 (Dezembro, 2009) p. 502-520.

PÁGINAS ACESSADAS

http://listanominal.ife.org.mx/ubicamodulo/PHP/est_ge.php?edo=0

<http://news.softpedia.com/news/The-Top-5-Countries-on-Facebook-Are-the-US-Brazil-India-Indonesia-and-Mexico-296933.shtml>

<http://www.blogherald.com/2012/02/22/twitter-2012-infographic/>

<http://www.ecualinkblog.com/2010/12/40-millones-de-latinos-en-twitter.html>

Consultas públicas online e o marco digital no processo legislativo brasileiro

73

FABRO STEIBEL

“As possibilidades democráticas abertas (ou fechadas) por websites não são um produto da tecnologia em si, mas da forma como a tecnologia é construída, desenhada.” (Wright & Street, 2007, p. 825)

I. INTRODUÇÃO

Consultas públicas online é o termo utilizado aqui para se referir aos “fóruns de discussão baseados na Internet que representam projetos *patrocinados* pelo governo, ou indiretamente *apoiados* pelo governo, com objetivo de convidar o público a participar no processo de formulação de políticas públicas” (Shane, 2012, p. 6). Consultas públicas online são iniciativas conhecidas como de *cima-para-baixo* (*top-down*), pois são iniciadas pelo governo com o objetivo posterior de inclusão da sociedade civil. Elas diferem-se, portanto, das atividades conhecidas como de *baixo-para-cima* (*bottom-up*), que se referem àquelas iniciadas por cidadãos com o objetivo de influenciar como o governo se comporta.

Apesar de iniciativas *top-down* serem reconhecidas pela sua maior eficiência em promover *accountability* e mudanças colaborativas no processo legislativo (Coleman and Blumler, 2009), fato é que o resultado geral destes mecanismos ainda é controverso. Em análise de 15 anos de experiência na área, Shane conclui que “se a qualidade da democracia está a ser medida pela inclusão e deliberação das interações entre governo e cidadão, o efeito incremental de consultas online até agora parece ser mínimo” (p. 7).

A literatura acadêmica nacional sobre o tema ainda é recente para investigar os efeitos perenes das consultas públicas “online” no Brasil (Braga, 2007; Marques, 2010; Rodegheri, Santos, and Oliveira 2012; Sampaio et al. 2011; Secretaria de Assuntos Legislativos, 2012; Segurado, 2011), mas pode-se afirmar que, independentemente de seus efeitos, a adoção de tais mecanismos de participação popular cresce no país. A experiência do Marco Civil Regulatório (MCR), realizada entre 2009 e 2010 é, sem dúvida, um ponto de referência nessa curva ascendente (Steibel and Beltramelli, 2012a). O pioneirismo da iniciativa do MCR influenciou experiências futuras como o portal do “Debate público de dados pessoais”¹, do “Debate da Classificação indicativa”², e do caso do “Código de Processo Civil”³, que utilizaram na sua equipe inclusive gestores que participaram também do MCR. Mas é possível identificar importantes iniciativas independentes, como os portais E-democracia da Câmara de Deputados, o portal E-cidadania⁴ patrocinado pelo Senado Federal, iniciativas estaduais como o Gabinete Digital⁵ no Rio Grande do Sul, e o portal Assembleia de Minas⁶, em Minas Gerais.

Mas quais são os desafios e transformações dessa “nova” forma de mecanismo colaborativo para a processo legislativo? Wilson Gomes argumenta, sobre a transformação dos meios de comunicação de massa no processo de comunicação política, que novas tecnologias alteram mais rapidamente elementos superficiais da democracia representativa, – tais quais as interfaces de interação entre governo e cidadão – do que provocam efetivas mudanças em elementos estruturais do processo democrático, como aquelas alterações observadas em instituições governamentais (Gomes, 2007). Na metáfora usada pelo autor, novas tecnologias tendem a promover efeitos mais perceptíveis a curto prazo sobre o *software* do processo de comunicação política do que ao longo prazo no *hardware* do sistema democrático. E o caso das consultas públicas “online” parece seguir esta lógica. Ainda não há evidências de consultas públicas “online” que tenham alterado fundamentalmente a forma de se realizar políticas públicas no Brasil, mas há indícios de que, gradualmente, uma transformação está acontecendo. E consultas públicas online, enquanto interface de interação governo-cidadão, são, de fato, inovadoras.

1 <http://culturadigital.br/dadospessoais/>

2 <http://culturadigital.br/classind/>

3 <http://participacao.mj.gov.br/>

4 <http://www12.senado.gov.br/ecidadania>

5 <http://gabinetedigital.rs.gov.br/consulta-transito/>

6 http://www.almg.gov.br/participe/consulta_publica/index.html

Ao analisar os fatores que facilitaram o lançamento do Marco Civil regulatório, quatro elementos importantes para o sucesso da iniciativa foram identificados (Steibel, 2012): (i) o engajamento prévio de ativistas no movimento conhecido como “MegaNão”, (ii) o ativismo prévio do Centro de Tecnologia e Sociedade, da Fundação Getúlio Vargas/RJ (CTS), como *think tank* a propor uma alternativa jurídica à Lei Azeredo; (iii) a agenda política favorável do Poder Executivo em favor do uso da internet como bem social; e (iv) uma visão favorável dos gestores do projeto à criação de ambientes colaborativos de construção de políticas públicas.

Vistos em conjunto, estes fatores geraram como hipótese o fato de que portais colaborativos “online” carecem de quatro elementos para serem iniciados: uma sociedade civil online engajada com interesse no tema sob consulta, um governo com interesse real em compartilhar poderes no processo legislativo, a existência de uma interface tecnológica que permita governo e cidadão interagirem, e *expertise* técnica para transformar contribuições recebidas online em documentos legislativos. Embora seja ainda preliminar analisar se estes quatro elementos são suficientes para realizar consultas públicas online, até onde se pode perceber, são necessários para iniciar o processo de construção de políticas públicas colaborativas.

Nem por isso, contudo, o quadro atual é positivo. Em 2012 o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) lançou um relatório sobre e-governo identificando um cenário global preocupante na forma como tecnologias digitais têm sido utilizadas na governança (UN, 2012). Argumenta o relatório que, se por um lado a adoção do e-governo carece de uma abordagem holística para a governança, algo que abranja criticamente soluções que sejam sustentáveis no futuro (p. 2), por outro lado em poucos países encontra-se institucionalizada a adoção de tecnologia integrada nas suas diversas esferas de governo – “governança-como-um-todo”, ou *whole-of-government approach* – (p. 56). As consequências dessa falta de estrutura centralizada, como é o caso do Brasil, em que há ausência de uma autarquia que coordene o uso de tecnologia no governo, sugere que consultas públicas “online” atualmente sejam percebidas pela sociedade como eventos aleatórios, que admitem níveis baixos de integração e transformação pública, e pouco transparentes.

Este capítulo se divide em cinco partes. Na primeira, conceitua-se a interação entre política e tecnologia a partir da Ciência do Design, a qual vai além – muito além – de imaginar esteticamente como portais colaborativos são visualizados, para focar-se na expectativa normativa de como a interação governo-cidadão deve se dar. A segunda parte conceitua no panorama brasilei-

ro as consultas públicas como mecanismos administrativos, e a terceira parte apresenta desafios e oportunidades que o universo online traz para a experiência de mecanismos offline de governança. A quarta parte problematiza a pioneira experiência do Marco Civil Regulatório como um *insight* da adoção de consultas públicas “online” como mecanismos do processo legislativo, e a quinta parte apresenta reflexões breves sobre o futuro dessas ferramentas para a política nacional. Em conjunto, as cinco partes pretendem conceituar consultas públicas online como um objeto de estudo acadêmico, tal qual debater desafios e potencialidades deste mecanismo colaborativo na transformação do software e do hardware do processo legislativo.

2. DESIGN, POLÍTICA E TECNOLOGIA

Política e tecnologia se influenciam reciprocamente. Nem por isso tecnologia ou política, enquanto elementos analíticos, prevalecem um sobre o outro. Como já foi exaustivamente argumentado, teorias baseadas no determinismo tecnológico tendem a sobrevalorizar o poder da tecnologia em determinar o processo de interação governo/cidadão. O determinismo tecnológico, ou seu oposto, o determinismo político, ignora o papel das mídias e das instituições como experiências culturais construídas socialmente por fatores sociais, políticos, e econômicos (Briggs & Burke, 2009). Tais determinismos transformam a interação entre política e tecnologia em partes autônomas nas quais ou a tecnologia domina a política, ou a política domina a tecnologia, como se a lógica de um dos elementos analisados subverta o outro (Street, 1992). Dito de outra forma, tecnologia e política interagem e se alteram mutuamente.

O conceito de tecnologia geralmente é compreendido como um produto da construção humana com objetivo de servir a um propósito, algo criado para ter um valor instrumental. Desse ponto de vista, portais colaborativos “online” seriam um produto criado com propósito de gerar interação entre governo e cidadãos remotamente, através da internet, para fins de gerar políticas públicas. Mas o aspecto mais importante da tecnologia vai além do seu valor instrumental, pois objetos só têm sentido quando observados a partir de seus usos deliberados e conscientes, a partir dos usos que agentes fazem das tecnologias e de como estas são organizadas para operar dentro da própria sociedade (Street, 1992, p. 8-10).

Pensar tecnologia a partir dessa perspectiva é considerar que “tecnologia não é apenas o artefato, ou os requisitos que permitem uma tecnologia operar, mas também como um conjunto de decisões de como a tecnologia

deveria funcionar” (Street, 1992, p. 9, grifo do autor). Tal definição traz para o conceito de tecnologia seu caráter normativo, o norte de descrever objetos não pelo que eles são, mas pelo que eles deveriam ser em um mundo ideal, no qual agentes humanos e sociedade fazem uso deles. Se pensados desse ponto de vista, portais de consulta pública “online” não são ferramentas de consulta pública instrumentais; mais do que isso, estes portais são instrumentos pensados para solucionar um desafio normativo consciente e deliberado de como imaginamos que o processo legislativo deva ser.

A análise normativa de quais usos objetos podem assumir na sociedade faz parte da ciência do design, que vai além de pensar como, graficamente, informação é visualizada para pensar de forma mais geral no estudo do caráter normativo dos objetos num mundo ideal. Simon Herbert, em seu pioneiro trabalho “A ciência do artificial” (1996), apresenta design como um tipo de ciência que se diferencia das ciências naturais pois, enquanto as ciências naturais buscam estruturar um corpo de conhecimento que classifique objetos e fenômenos, identificando padrões de comportamento universais que expliquem elementos que parecem combinados em aparente caos, a ciência do design se preocupa em *prever* como elementos num mundo simulado de incertezas podem se combinar e comportar.

A ciência do design é a previsão normativa de como diferentes cursos de ação podem alterar situações futuras de acordo com expectativas prévias. Como sugere Simon, “toda análise de uma situação problema inicia-se com a criação de uma representação do problema – um ambiente no qual a busca da solução do problema pode ser iniciada” (p. 90). Por isso, a ciência do design não está preocupada em descrever como as coisas são – como fariam as ciências naturais –, mas sim em compreender “como artefatos podem ser planejados para atingir objetivos prévios” (p. 94). Desse ponto de vista, falar no design de portais colaborativos vai muito além de pensar nas cores, formas, ou representações gráficas de argumentos de cidadãos em uma página baseada em código Wordpress. Analisar o design de portais colaborativos é primeiramente imaginar o que a interação entre tecnologia e política pode e deve desempenhar enquanto experiência democrática.

Para descrever o sucesso ou fracasso de um portal colaborativo é necessário, antes de tudo, identificar quais critérios normativos são usados para avaliar a iniciativa antes mesmo da execução dos portais. Critérios normativos obedecem, necessariamente, a enquadramentos teóricos particulares. Em estudo anterior (Steibel, 2011), argumentei que na área de políticas públicas é impossível e impreciso realizar uma análise de *performance* de instituições re-

gulatorias sem compreender, identificar e analisar primeiramente que pergunta estas instituições foram criadas para responder. No caso da regulamentação da liberdade de expressão, por exemplo, todas as alternativas disponíveis para regular campanhas negativas na propaganda política se mostram insuficientes, a não ser que se identifique previamente, em qual enquadramento instituições jurídicas ou jornalísticas estão aptas para operar. É apenas a partir de tal constatação normativa que podemos argumentar se instituições são *accountable* ou não no desempenho de suas funções.

Esta visão construtivista do processo de interação entre tecnologia e política baseia-se nas ideias da “virada argumentativa” de Frank Fischer e outros (Fischer, 2003; Fischer & Forester, 1993; Fischer & Gottweis, 2012; Fischer & Hajer, 1999), que argumenta pela negação da perspectiva positivista na área de ciências de políticas públicas ao aceitar que problemas admitem soluções apenas se aceitarmos que o processo discursivo é o primeiro passo da análise, e que as soluções técnicas livres de valores e preferências políticas inexistem. “Sem negar a importância da pesquisa empírica, a virada argumentativa procura entender a relação entre a perspectiva empírica e normativa enquanto constitutivos do processo das políticas públicas” (Fischer & Gottweis, 2012, p. 2).

Uma forma de entender, do ponto de vista do design construtivista, o que o estudo de portais colaborativos compreende é imaginar métricas normativas para comparar o comportamento de portais desenhados para interação governo e cidadão. Ao propor um sistema de métricas para análise de fóruns políticos online, Freelon (2010) sugere três enquadramentos deliberativos, concorrentes, que podem ser usados para tal função: o enquadramento liberal, o comunitário, e o deliberativo. Apesar de se sobreporem em certos níveis, o argumento do autor é que cada perspectiva prioriza aspectos particulares do processo em análise, o que resulta em um sistema de métricas distintas – e por vezes opostos – para se avaliar o sucesso ou fracasso de fóruns “online”.

O enquadramento liberal, por exemplo, considera imperativo o potencial racional de cada indivíduo de se autoinformar e se expressar. Nesse sentido, a principal função dos fóruns seria a de oferecer uma plataforma de expressão individual aos envolvidos, perspectiva que admite como métricas o potencial de exposição individual dos portais, ou de proteção do indivíduo frente à pressão externa. Já o enquadramento comunitário considera como prioridade o potencial da tecnologia em reforçar laços comunitários entre os envolvidos e sua força em criar novos grupos de usuários. Nesse sentido, fóruns “online” deveriam prover altos níveis de interação entre indivíduos, promovendo laços de identidade coletiva e vínculos sociais. São métricas indicativas desse

enquadramento, por exemplo, o nível de polarização ideológica e o grau de interação intra e entre grupos. Já o enquadramento deliberativo democrático considera prioritário o debate aberto e livre entre usuários em torno de problemas políticos em comum e na exposição de razões públicas. Desse ponto de vista, os fóruns deveriam atender as demandas da ética deliberativa da esfera pública habermasiana, promovendo a transformação de indivíduos em cidadãos orientados para o bem público, capazes de reflexão e com predisposição para responder aos melhores argumentos. Métricas indicativas dentro desse enquadramento incluem nível de foco em problemas públicos, reciprocidade argumentativa e igualdade de posição entre os pares.

A taxinomia proposta por Freelon expõe o desafio de definir métricas para analisar a interação entre tecnologia e política, o que por consequência, depende, em larga escala, da definição de qual enquadramento normativo se está usando para desenvolver o design de portais colaborativos. O que seria melhor dentro desses três cenários possíveis? Criar consultas públicas “online” com interfaces para usuários criarem seu próprio blog; investir em fóruns de debate nas quais os grupos possam ser incentivados; ou desenvolver *templates* de formulários para guiar usuários a comentar sobre documentos em comum e contribuições tematizadas? Aparentemente, estas três funções – ie, páginas individuais, fóruns coletivos, e formulários de resposta *templates* – parecem positivas para a interação governo e cidadão. Mas, de fato, espera-se que estes elementos gerem produtos normativos diferentes.

Esta é a ciência do design: a projeção de como elementos distintos, num universo desconhecido e complexo, devem interagir num plano simulado. E o princípio que guia esta análise não é o improviso, mas a definição de quais usos conscientes, deliberados e normativos tais artefatos devem admitir uma vez implementados. Em resumo, compreender o design de portais colaborativos é definir a construção normativa que funções consultas públicas “online” devem ter dentro de um mundo futuro específico que esperamos realizar.

3. CONSULTAS PÚBLICAS ENQUANTO ATOS ADMINISTRATIVOS

Consultas públicas são apenas uma das muitas formas que governos têm de anexarem a opinião pública ao processo de tomada de decisão. Estes atos fazem parte dos mecanismos disponíveis para gestão do estado, e na teoria do direito administrativo, se complementam ao ato administrativo em si (Soares, 2002). A consulta pública é o mecanismo formal de valorizar a participação

popular, podendo envolver tanto a análise pragmática de dados pertinentes à tomada de decisão, como também servir à função de dar publicidade ao ato administrativo, transparência ao processo de decisão e legitimidade ao que foi decidido (Grau, 2011).

Um relatório do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2012) sobre o tema identificou cinco formas distintas de atos normativos regulamentados para interação governo e cidadão no processo legislativo, o que nos auxilia na distinção do lugar das consultas públicas como uma forma específica de mecanismo colaborativo legislativo. Como se pode ver na Tabela 1, dentre as cinco formas disponíveis de participação popular, a consulta pública é a única aberta a qualquer cidadão interessado, e ao mesmo tempo, passível de acontecer em regime não presencial. Num país caracterizado por grande dispersão geográfica, desníveis econômicos, e de grande população, consultas públicas são a melhor forma de promover, em larga escala, a inclusão de cidadãos no processo consultivo legislativo. Nessa direção, consultas públicas “online” são, em comparação com consultas públicas “offline”, um dos principais instrumentos à disposição dos governos para promoção debates legislativo mais transparentes, eficazes e eficientes.

Tabela 1. *Quadro comparativo entre mecanismos participativos*

Dimensão	Audiência pública	Consulta pública	Ouvidoria pública	Conferência de política	Conselho gestor
Resultado do processo	Consultivo	Consultivo	Não aplicável	Consultivo ou deliberativo (depende do caso)	Consultivo ou deliberativo (depende do caso)
Perenidade	Pontual	Pontual	Permanente	Pontual (com revisões programadas)	Permanente
Forma de interação	Presencial	Não Presencial	Não Presencial	Oral	Oral
Formas de manifestação	Oral	Escrita ou manifestação por outras mídias*	Escrita ou manifestação por telefone	Presencial	Presencial
Relação entre estado e Sociedade Civil	Caráter coletivo, mas permite manifestações individuais	Caráter individual ou coletivo**	Caráter individual	Caráter coletivo	Caráter coletivo
Aberto a qualquer cidadão interessado	Sim	Sim	Sim	Não	Não

* O trabalho original anotava “escrita ou manifestações por telefone”. Por considerar que “telefone” restringe o universo de variedades de consultas públicas existentes, o dado foi atualizado.

** O trabalho original indicava manifestação “individual”, apenas. Mas como a consulta pública permite que instituições e grupos de associados sejam representados como “indivíduos coletivos”, o dado foi atualizado.

Enquanto ato normativo administrativo, audiências e consultas públicas não estão explicitamente mencionadas na Constituição, mas são englobadas pela Carta Magna enquanto formas de participação social da administração pública (Soares, 2002). A consulta pública particularmente está prevista na Lei nº 9.784/99, que a define como meio instrutório do processo administrativo quando a matéria envolver assunto de interesse geral e destinada a colher manifestação de terceiros. A consulta pública se distingue da audiência pública porque enquanto esta prevê o “debate público e pessoal por pessoas físicas ou representantes da sociedade civil”, aquela considera “compulsar a opinião pública através da manifestação firmada através de peças formais, devidamente escritas, a serem juntadas no processo administrativo” (Carvalho Filho, 2009, apud Soares, 2002). De uma forma ou de outra, ambas as formas de mecanismos colaborativos estão em ascensão na administração pública brasileira. Como o relatório do IPEA constatou:

Não há ... estimativas da quantidade de audiências públicas realizadas anualmente no Brasil ... [Entretanto sabe-se que] nas últimas duas décadas, houve um acréscimo significativo na criação e no funcionamento de mecanismos direcionados à participação da sociedade civil na formulação, implementação e no monitoramento de políticas públicas nacionais. A partir do diálogo entre governo e sociedade civil, esforços são promovidos no sentido de aperfeiçoar as políticas públicas e promover a cidadania (IPEA, 2012, p. 9).

Consultas públicas, como definidas aqui, referem-se a um mecanismo específico de interação governo e cidadão. Audiências públicas (APs), tais quais Consultas Públicas (CPs) são “mecanismos de participação social” com importância no panorama decisório de políticas públicas. As APs e as CPs ocorrem como eventos pontuais, durante momentos específicos do ciclo de políticas públicas, e existem de variadas formas em todas as esferas do governo, diferenciando-se na forma como atores interessados são incluídos, como se definem as regras decisórias, e se têm caráter obrigatório ou voluntário.

Algumas características centrais equiparam APs às CPs. Com base no relatório do IPEA, quatro pontos devem ser considerados. Primeiro, o caráter consultivo – não decisório – dos dois mecanismos, pois nelas “a população tem a oportunidade de se expressar e propor soluções para o aperfeiçoamento das ações, mas cabe à administração acatar ou não a contribuição popular” (p. 14). Segundo, ambos os mecanismos tem caráter pontual, único e, portanto,

não permanente, pois “estão invariavelmente vinculados a um processo decisório específico, seja a elaboração de um plano ou de normas regulatórias, a avaliação de uma ação governamental ou mesmo a correção de rumos nas políticas públicas” (idem). Terceiro, ambas têm um caráter coletivo, no qual participam múltiplos atores, devendo APs e CPs ser necessariamente inclusiva a atores organizados ou não. Quarto, ambos os mecanismos têm regras específicas de funcionamento, pois como todo processo administrativo adotam procedimentos formais e algum tipo de regra ou orientação metodológica.

Há, contudo, uma importante distinção entre APs e CPs, pois enquanto as APs requerem (a) caráter presencial, (b) a manifestação oral dos participantes na forma de discurso escrito, e (c) um debate centrado na interação entre os atores envolvidos, CPs são mais flexíveis nesses critérios. CPs podem acontecer através de outras formas que o regime presencial, como cartas, emails, ou fóruns online; são majoritariamente baseadas na manifestação escrita dos participantes, mas a tecnologia permite que outras mídias possam ser usadas como vídeos e imagens; e CPs estão centradas na mediação de argumentos entre participantes, mas tal mediação é flexibilizada em termos de espaço temporal e arenas discursivas.

Voltando ao debate sobre a perspectiva da ciência do design aplicada ao objeto de estudo de portais colaborativos, é importante fazer aqui a distinção conceitual de que, enquanto consultas públicas podem ser oportunidades de melhorar a quantidade e a qualidade de informação disponível aos gestores de projetos na tomada de decisão, tal presunção faz parte da presunção normativa – futura – de como consultas públicas devem se comportar uma vez implementadas. Por meio de consultas, os decisores podem receber pontos de vista alternativos, especializados, e podem identificar interesses conflitantes e solicitar conselhos sobre como equilibrá-los. A possibilidade de realizar tais tarefas, contudo, não significa que as consultas públicas de fato venham a se prestar a isso.

Ao analisar audiências públicas offline para o licenciamento prévio da usina hidrelétrica de Belo Monte, Barros e Ravena (2011), por exemplo, observaram que o potencial colaborativo do mecanismo foi manipulado. Relatam os autores que “nas audiências as liberdades comunicativas dos indivíduos não foram respeitadas. Ocorreu troca de razões, mas de forma estrategicamente controlada pelos promotores das audiências” (p. 7). Logo, pensar sobre o design de portais de consultas públicas online diz respeito às questões normativas – futuras – que estes mecanismos podem ter, o que não significa, necessariamente, que o mundo futuro atenda aos objetivos pretendidos.

4. CONSULTAS PÚBLICAS E GOVERNO DIGITAL

“Governar é ajustar e regular a ordem social. Esta não é uma tarefa desenvolvida por um único agente – o governo ou o estado – mas sim uma tarefa compartilhada entre diversas agências, que geralmente operam com pouco ou nenhum conhecimento do que as demais estão realizando” (Coleman, 2008, p. 4, grifo do autor)

A introdução de novas tecnologias no processo de governo sempre gera grandes expectativas. Por exemplo, quando o telégrafo surgiu deu-se a impressão de que finalmente metrópoles e colônias poderiam conversar de forma direta e intimista entre si (Morus, 2000). A tecnologia do telégrafo, tal qual a tecnologia interativa da web 2.0, baseiam-se na expectativa de que democracias são tão melhores quanto mais interativa for a tecnologia disponível para governos e cidadãos se comunicarem de forma direta. Conceituar o que é governo digital, desse ponto de vista, pode parecer conceber um governo que além de fazer uso das tecnologias analógicas como o telégrafo, ainda em uso em certos casos, utiliza também tecnologias digitais. Porém, o conceito do governo digital vai além. Como argumenta Chen, “governo digital pode ser definido como a *aplicação* da tecnologia da informação ao processo de governo com o objetivo de melhorar os serviços prestados aos cidadãos” (2008, p. xvii, grifo nosso). Deste ponto de vista, é a aplicação da tecnologia, e não simplesmente seu uso instrumental, que provoca a mudança forma de governança.

Consultas públicas online são uma aplicação da tecnologia – i.e., online – para melhorar um serviço já prestado pelo governo aos cidadãos – i.e., consultas públicas. Atribuir a um potencial tecnológico a realização de produtos sociais é determinista e limitado. Mais assertivo é pensar na aplicação dessa interação entre política e tecnologia com objetivo de compreender sua dimensão e impacto nas políticas públicas. “Tecnologias não são simplesmente *usadas pelos* governos, mas são um elemento constitutivo da governança, [por isso] faz sentido pensar nas regras, rotinas, estruturas, linguagens, habilidades, e redes de governança como uma *tecnologia política*” (Coleman, 2008, p. 5, grifo do autor).

Coleman (2008) ajuda a categorizar algumas das características do universo “online” que podem ser pensadas para refletir sobre o impacto do mundo digital no objeto de estudo aqui observado.

Primeiro, temos que considerar que a internet e as redes sociais permitem uma comunicação de “muitos com muitos”, o que altera drasticamente não

só o processo de comunicação de massa, como também de comunicação entre pessoas, e a comunicação entre governo e cidadão (Castells, 2000; Chadwick, 2006). Enquanto consultas públicas offline baseiam-se em cartas e emails (tecnologias “um com um”, ou “um com muitos”), consultas públicas online têm a capacidade de deixar visível a todos os participantes a contribuição dos envolvidos. Mais do que isso, a internet pode permitir que um usuário interaja com o outro, comente, rejeite, apoie, isso tudo sem que o estado, enquanto fomentador do debate, precise a cada instante mediar os diálogos como um *hub* centralizador. A lógica do email sugere uma comunicação “um com um” – como seria, por exemplo, um canal de ‘fale conosco’ instalado numa página online do governo –; Mas a lógica da web 2.0 permite ir além disso e criar uma interação entre governo e cidadão no qual o estado, ao invés de atuar como principal nó da rede, assume a condição de provedor da arena onde o debate entre cidadão e governo – e entre cidadão e cidadão – se estabelece.

Segundo, enquanto antes da internet a disponibilidade de informação era escassa, com a internet a situação se inverte e a oferta de informação torna-se abundante. A capacidade colaborativa da rede de criar novas formas de gerar, compartilhar e circular informação geram novas redes de contato, o que altera profundamente a capacidade do estado de controlar a informação como *gatekeeper* e conseqüentemente, altera o fluxo de informação da rede (Bimber, 2003). Além disso, é crescente a tendência de usuários criarem debates de políticas públicas, não como consumidores, mas como produtores (Macintosh et al., 2002). Consultas públicas online comportam-se como atos administrativos específicos, orientados para fins pré-determinados, mas uma vez que um portal de consulta pública seja lançado, este estará presente na rede como mais uma das muitas arenas nas quais o debate político pode acontecer. A URL do Marco Civil, por exemplo, terá que competir com arenas formadas no Twitter, Facebook, e outros blogs. Logo, mesmo que seja objetivo do governo centrar o debate em uma única URL, a probabilidade maior é que o portal principal deixe de ser o único *gatekeeper* do processo, e passe a ser este um mediador entre outros núcleos colaborativos.

Terceiro, a tecnologia da web 1.0 é iminentemente informativa. A tecnologia 1.0 está organizada na forma como a maioria das mídias costuma operar – em comunicação de uma via – enquanto a lógica da comunicação 2.0 é a interatividade descentralizada, que em muito se aproveita de conteúdos das mídias de massa (Hutchins and Mikosza, 2010). Por exemplo: as primeiras Olimpíadas a ter um website oficial foi a de Atlanta em 1996. No site, podia-se encontrar informação sobre jogos, medalhas e acontecimentos, mas

era limitado a interagir com o conteúdo sem usar outras mídias. Já as Olimpíadas de Beijing em 2008, e principalmente as de Londres em 2012, foram eventos em que, simultaneamente, ofereceram novas formas de promover os jogos e desafiaram a capacidade dos organizadores do evento de compreender as formas de interação geradas na rede. Em relação às experiências consultas públicas “online”, em entrevista com os gestores do Marco Civil Regulatório (Beltramelli, Alonso, and Steibel, 2012), identifiquei o interesse dos gestores em usar as redes sociais para promover o debate público, ao mesmo tempo em que observei as limitações dos gestores, enquanto analistas e mediadores das informações recebidas, de compreender interações geradas fora do portal oficial do Marco Civil.

Quarto, o universo online impõem grandes desafios para o design institucional de agências governamentais. Por mais que a forma de governar seja progressivamente voltada para “governança em rede” – colaborativa e descentralizada – e, portanto, menos orientada para governança hierárquica – autoritária e centralizada –, mantém-se viva no processo legislativo a necessidade de centralizar informação para dar conta das atividades burocráticas, administrativas, de instituições governamentais. (Goodin, Rein, and Moran, 2006; Hecló, 1978; Rodhes, 1997). E, se é verdade que, por um lado, o modo interativo de promoção, divulgação e resposta à informação gera grandes desafios para a forma como instituições aprendem sobre processos administrativos (Freeman, 2007), por outro, é também verdade que a capacidade do Estado de reciclar recursos humanos para lidar com novas tecnologias é mais limitada do que a capacidade do mercado de fazer o mesmo (Eglene, Dawes, and Schneider, 2007). Logo, o universo “online”, caracterizado por ser um eterno fluxo experimentalista, sugere que consultas públicas exijam treinamento pessoal e formas de funcionamento institucional que o Estado, apenas com tempo estendido, possa eficientemente adotar.

Os pontos acima parecem sugerir um cenário desafiador para o futuro das consultas públicas como forma de governança. Contudo, estes desafios podem ser vistos como oportunidades. Como argumenta Coleman, mais do que imaginar as possibilidades e desafios do universo “online” para novas formas de governança, a principal questão que deve ser feita ainda diz respeito ao universo do design:

“a mais importante questão avaliativa, que raramente é feita, diz respeito à proposta normativa do e-governo ... antes de detalhar tecnologias de governo digital como ‘soluções em potencial’, os problemas do governo

democrático precisam ser identificados e debatidos. E isto envolve contestação social, um tema que geralmente é o ignorado nos estudos e nos argumentos políticos a favor do e-governo” (Coleman, 2008, p. 12-16).

Argumenta Coleman que, para a maioria dos cidadãos, o governo –digital ou não – é visto como operando de forma opaca e pouco receptiva. O argumento da crise da democracia representativa, e do lugar da tecnologia e dos meios de comunicação como causadores destas, é bastante difundido nas ciências sociais, embora a existência de uma correlação negativa entre consumo de mídia e práticas democráticas seja bastante controversa (Norris, 2000). Ao mesmo tempo, a necessidade de levar o processo de consulta pública para ambientes mais colaborativos, descentralizados, transparentes e inclusivos é real. Mas, antes de sugerir que a internet seja ‘a solução em potencial’ para consultas públicas, é preciso compreender qual ‘o problema do governo democrático’ que se está objetivando atacar. Desse ponto de vista, então, faz sentido sentir-se otimista quanto ao uso da web 2.0 para gerar um marco no processo legislativo brasileiro, e o Marco Civil da Internet pode ser usado como estudo de caso para compreender tal otimismo.

5. O MARCO CIVIL REGULATÓRIO

O uso da Internet para aumentar o impacto de consultas públicas não é algo pioneiro do Marco Civil Regulatório (MCR). Mattos (2004), por exemplo, relata consultas da Anatel entre 1998 e 2003 que publicaram online nos portais da agência reguladora as contribuições recebidas por carta ou email. O MCR, contudo, se diferencia de tais experiências, pois o uso do universo online não partiu do princípio passivo da interação governo cidadão através da internet, mas sim do uso da internet como o próprio fórum onde a consulta pública ocorria. Como visto acima, o uso de consultas públicas no processo de decisão governamental é uma prática recorrente no governo, estando inclusive regulamentada no Brasil em legislação específica. No entanto, realizar uma consulta pública para além de espaços físicos em Brasília, com a ajuda de uma URL pública e aberta, até o MCR, era algo inédito no país. O MCR foi a primeira consulta pública do país ao conseguir reunir cerca de duas mil contribuições online, e de ter também legitimado, enquanto legislação, o universo online como mecanismo administrativo de consulta pública (Steibel, 2012), legitimando o processo legislativo como um procedimento democrático capaz de converter fluxos de comunicação e influências públicas, vindos da socieda-

de civil e da esfera pública política, em poder comunicativo e um sistema de direitos (Habermas, 1997).

O MCR é uma iniciativa conjunta do Ministério da Justiça (MJ, iniciador do projeto) e do Centro de Tecnologia e Sociedade (CTS), na Fundação Getúlio Vargas/RJ, e contou ainda com o apoio do Ministério da Cultura, e de outros órgãos do governo, como o Ministério das Relações Exteriores. O objetivo do MCR foi elaborar uma proposta de projeto de lei para envio ao Congresso, ou seja, a produção de um texto especializado baseado em um conjunto de princípios legais com direitos e deveres relacionado ao uso da internet. O projeto começou em setembro de 2009 quando servidores públicos do MJ convidaram especialistas do CTS para projetar a plataforma “online” do projeto. Dois meses depois, o site foi lançado com dois períodos pré-definidos de consulta – que mantiveram aberto o processo de consulta até meados de 2010, quando a versão final do projeto foi enviada para futura apreciação do Congresso.

Ao longo dos dois períodos de consulta, mais de 2.000 contribuições de usuários individuais, entidades governamentais e não-governamentais, foram recebidas. Para permitir que vários atores deliberassem “online”, o projeto fez uso de uma série de ferramentas web 2.0 – principalmente: Wordpress, Twitter, RSS feeds, e blog – e, para colher informações da sociedade civil, a consulta foi dividida em duas rodadas de discussão: na primeira o debate girou em torno de um *white paper* com temas gerais sobre direitos e deveres dos usuários na internet, e na segunda o debate se deu sobre os artigos do projeto de lei a ser submetido ao Congresso. Nas duas fases o público foi convidado a debater sobre um texto pré-definido: na primeira rodada os gestores testaram junto ao público a recepção de padrões normativos pré-estabelecidos pelo Ministério da Justiça, e na segunda rodada os gestores buscavam *feedback* sobre o texto final a ser submetido ao Congresso. Por isso, a consulta pública deve ser lida, como todo mecanismo no qual o processo deliberativo é aberto para debate público, como uma prática colaborativa, mas em que a opinião pública não é vinculativa da decisão tomada pelos gestores do projeto, que permanecem com a responsabilidade final da escritura do projeto de lei.

Em termos de contexto regulatório, o MCR faz direta referência a um projeto de lei anterior conhecido como Lei Azeredo. Este projeto foi enviado para a Câmara dos Deputados em 1999 (PL 84/99), para o Senado em 2003 (PLS 89/03), e em ambas instâncias foi severamente criticado por ativistas, acadêmicos, e políticos de carreira ligados ao governo Lula (2002-2010). O motivo da crítica é centrado no fato da Lei Azeredo prever a regulamentação

de crimes cometidos na internet, e, como afirmam os entrevistados, a escolha do nome do projeto “Marco Civil” visa explicitar a oposição dos gestores em discutir princípios de código penal para uso da internet sem antes definir princípios do código civil relacionados ao uso da internet.

Em trabalho anterior (Steibel and Beltramelli, 2012b), foram identificadas três características centrais do MCR que merecem ser aqui comentadas: (i) O MCR foi elaborado com foco em sólida base judicial, aberto a participação pública, mas formatado como documento pronto a ser enviado ao Congresso; (ii) a consulta foi propositalmente formulada para debater direitos e deveres individuais na internet e para ignorar a discussão sobre crimes e penalidades pelo uso da rede; e (iii) o MCR foi desenhado desde sua origem para funcionar no universo online com ferramentas web 2.0 – embora tenha sido co-desenvolvido também em audiências públicas presenciais.

É essencial considerar que, após o fim do projeto em 2010, o projeto voltou a ser debatido em outras esferas do governo, e no momento – final de 2012 – o projeto está parado na Câmara (A2k, 2012). O processo de consulta pública foi, por exemplo, reaberto no site E-democracia, patrocinado pela Câmara dos Deputados, no qual novas ferramentas colaborativas foram adicionadas. Há lá, por exemplo, uma biblioteca digital com recursos relacionados Legislação (Proposições de terceiros, Artigos e Publicações, Notas de Audiências Públicas, Vídeos e Outros Sites), um fórum livre para debate e uma seção para contribuições específicas aos artigos do projeto.

Outra inovação do portal de consultoria é a introdução de uma *linha do tempo* (*timeline*) que indica o processo de trânsito do projeto na Casa, começando pela etapa de “sugestão ao Projeto de Lei”, “Harmonização do Projeto de Lei”, “Relatório preliminar” e “Apreciação de relatório atual” – a qual, diferentemente das outras aqui mencionadas, é a única fase atualmente aberta. Há ainda, no portal, o uso de ferramentas de inteligência artificial para sugerir ao usuário outros projetos de lei que podem ser de interesse, ferramentas para compartilhar a página ou trechos da página com outras plataformas – como Facebook e Twitter – e a possibilidade de receber atualizações e notícias por RSS.

Mas se o argumento que move este capítulo é entender que o papel da tecnologia online no design de fóruns de deliberação política colaborativa depende do uso que se faz de tal tecnologia, e compreender que a tecnologia deve ser entendida como um artefato desenhado para funcionar de forma normativa, a sobreposição de consultas públicas online em torno de um mesmo objeto legislativo é complicada. Como explicar ao cidadão que este, uma vez

convidado a participar, deve ser novamente convidado a debater praticamente o mesmo tema?

Embora as particularidades da tecnologia que esteja em uso sejam importantes, e que seja possível imaginar que o portal E-democracia traga novas ferramentas interativas que o site em Wordpress não traz, este debate foge do tema principal relacionado ao design de consultas públicas “online”. Apóia-se aqui o argumento de Blumler e Coleman de que «para a participação democrática ter um impacto significativo sobre os resultados políticos há uma necessidade de haver instituições inclusivas e responsáveis que proporcionem espaço de interação efetivo entre cidadãos e seus representantes eleitos» (Coleman & Blumler, 2009, p. 3).

6. DO FUTURO DAS CONSULTAS PÚBLICAS ONLINE NO BRASIL

A tarefa de adequar práticas de governo a novas tecnologias é constante. Governos democráticos têm como tradição demonstrar interesse em ampliar o uso da Internet como plataforma de deliberação política, mas apesar do acúmulo de conhecimento contínuo, a integração entre tecnologia e política é sempre baseada no perpétuo experimentalismo (O’Reilly, 2005). Sabe-se que estudar a aplicabilidade da tecnologia Wordpress em detalhes – ou qualquer outra tecnologia, como aplicativos de celulares – é algo limitado, pois tecnologias que hoje são “novas” em breve serão obsoletas. Ao invés de focar-se em determinar a tecnologia em uso, sugere-se que o foco da análise desse mecanismo recaia sobre a interação entre política e tecnologia, no design – projeção normativa – de como governo e cidadão interagem.

O Marco Civil Regulatório sem dúvida é um marco no processo legislativo brasileiro. Isso é verdade não só pelo MCR ter legitimado o uso das tecnologias online em forma de Lei, como também por ter inspirado novas e futuras experiências de consulta pública. Mas, passados dois anos do encerramento do projeto, a contribuição do cidadão ainda não se fez totalmente efetiva, pois a prerrogativa de transformar consultas públicas em Lei pertence ao Congresso.

O processo legislativo é hermético. Governos são instituições herméticas. O hardware da política é hermético. Isso não quer dizer que as interfaces de interação da sociedade civil, ou das formas de comunicação entre governo e cidadão o sejam. O software da comunicação política se alterou significativamente. Mas o processo de abertura de governo, de seu hardware, antecede a popularização do universo online. A regulamentação do tema da classificação

indicativa de produtos audiovisuais, por exemplo, começou a ser participativa durante a Constituinte de 1988, quando se admitiu abolir o mecanismo de censura do Regime Militar por um sistema de indicação de faixa etária segundo o conteúdo de programas audiovisuais (Romão, 2010). Isso ocorreu em 1988. Já quando se abre uma consulta pública online sobre o tema, em 2011, a gema do debate iniciado na década de 80 – quando a tecnologia mais interativa e popularizada era o telefone – mantém-se a mesma: debater com a sociedade civil quais são os critérios que devem ser usados para classificar o conteúdo dos programas e quais faixas etárias devem ser aplicadas ao processo.

Especificamente em termos de experiências online, Stephen Coleman teorizava sobre a experiência de 1999 no Reino Unido conhecida como UKCOD (*UK Citizens online Democracy*). Esta experiência foi concebida como uma atividade politicamente neutra, “online”, de oferecer informação democrática e plataformas de discussão virtuais que permitissem a cidadãos interagir uns com outros e com o governo. Este experimento, anterior também à tecnologia interativa da web 2.0, não era desenhado para substituir a democracia representativa ou alterar procedimentos constitucionais definidos por lei, nem minimizar o debate parlamentar institucionalizado ou vigiar o poder executivo. Ao invés disso, o foco desse mecanismo era fortalecer a contribuição deliberativa do processo decisório dentro de uma cultura mais participativa de governança democrática (Coleman, 1999).

Mas o desafio não está só em abrir o governo para novas formas de colaboração. É necessário também ter a sociedade civil participando do processo. Como anota Marques (2012), conceituar a barreira digital que separa cidadãos conectados de não conectados, aqueles com acesso ou não ao mundo virtual, é difícil. Mas fato é que esta barreira existe no Brasil. E como argumenta Maia:

“É preciso levar em consideração que, para fortalecer a democracia, são necessárias não *apenas* (grifo nosso) estruturas comunicacionais eficientes, ou instituições propícias à participação, mas também devem estar presentes a motivação correta, o interesse e a disponibilidades dos próprios cidadãos para engajar-se nos debates” (Rousiley C. M. Maia 2008, p. 50).

Logo, o futuro das consultas públicas online no Brasil depende não só de experiências contínuas e gradativas de desenvolver novas formas de governabilidade, mas também da necessidade de endereçar desafios anteriores ao universo “online”, como desigualdades sociais, econômicas, e de acesso. Ao mesmo tempo, este mecanismo legislativo depende da legitimação de “instituições propícias à participação”, pois como regra geral, o processo legislativo é hermético, altamente especializado, e restritivo a mudanças. Isso não quer

dizer, contudo, que a tecnologia não ajude, e force a transformação da forma como cidadãos e governo interagem no fluxo da produção de leis.

Fabro Steibel é publicitário com doutorado na Inglaterra em Comunicação e Política, foi *visiting researcher* em 2010 na Universidade de Califórnia San Diego, e é mestre em Comunicação pela UFF. Desde 2007 trabalha com pesquisa aplicada para agências internacionais como Unesco, Parlamento Europeu, Comissão Europeia, WUN e IDRC, além de ter publicações na área de propaganda política, liberdade de expressão e cidadania digital. Atualmente se dedica à área de design de portais colaborativos de consultas públicas (dentre eles o Marco Civil), em parcerias com o Governo Brasileiro e *think tanks* internacionais, e realiza seu pós-doc no PPGCOM da Universidade Federal Fluminense.

BIBLIOGRAFIA

- A2K. What's holding back Marco Civil, Brazil's internet bill of rights? « A2K Brasil. <http://www.a2kbrasil.org.br/wordpress/lang/pt-br/2012/10/whats-holding-back-marco-civil-brazils-internet-bill-of-rights/> (October 23, 2012).
- BELTRAMELLI, Federico, Eduardo Alonso, and Fabro Steibel. La web 2.0 y la consulta de políticas públicas en América Latina: el caso del Marco Civil en Brasil y el caso uruguayo sobre TV Digital en una perspectiva comparada. *Alaic*, 2012.
- BIMBER, Bruce. *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
- BRAGA, Sérgio. *O papel das TICs na institucionalização das democracias: Um estudo sobre a informatização dos órgãos legislativos na América do Sul com destaque para o Brasil*, 2007.
- CHEN, Hsinchun. 2008. Digital government e-government research, case studies and implementation, 2008. <http://site.ebrary.com/id/10230209>.
- COLEMAN, Stephen. 1999. Cutting out the middle man: from virtual representation to direct deliberation. In: *Digital democracy: discourse and decision making in the Information Age*, eds. B N Hague and B Loader. Routledge, 1999. <http://books.google.co.uk/books?id=ILHoHbTPXKkC>.
- . Foundations of digital government. In: *Digital government e-government research, case studies and implementation*, Berlin: Springer, 2008.
- COLEMAN, Stephen, and BLUMLER, J G. *The internet and democratic citizenship: theory, practice and policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009, ix, 220 p.
- EGLENE, Ophelia, DAWES, Sharon S, and SCHNEIDER, Carrie A. 2007. Authority and Leadership Knowledge Networks. *The American Reviews of Public Administration* (005558), 2007, 91–113.
- FREEMAN, Richard. Learning in public policy. In: *The Oxford handbook of public policy*, ed. R. E. Moran, M., MartinRein, & Goodin. Oxford University Press, 2007.
- GOMES, W. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. Paulus, 2007.
- GOODIN, Robert E, REIN, Martin, and MORAN, Michael. 2006. The public and its policies. In: *IN Boix, C., & Stokes, S. C. (2007). The Oxford handbook of comparative politics (p. xi, 1021 p.)*. Oxford: Oxford University Press.
- HABERMAS, Jürgen. *Direito e democracia entre facticidade e validade*. 2nd ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- HECLO, H. Issue networks and the executive establishment. In: KING, A (ed.). *The New American Political System*, Washington, D.C.: American Enterprise Institute, 1978.
- HUTCHINS, Brett, and MIKOSZA, Janine. The Web 2.0 Olympics Athlete Blogging, Social Networking and Policy Contradictions at the 2008 Beijing Games. *Convergence* 16, 2010.

- MACINTOSH, Ann, DAVENPORT, E.; MALINA, A.; and WHYTE, A. “Technology to support participatory democracy.” In: GRÖLUND, A., (ed.). *Electronic government: design, applications and management*, Idea Group Publishing, 2002.
- MAIA, Rousiley C. M. Política deliberativa e reconsiderações acerca do conceito de esfera pública. In: MAIA, Rousiley C. M. (ed.). *Mídia e Deliberação*, Rio de Janeiro: FGV editora, 2008.
- MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. ‘Muro baixo, o povo pula’: iniciativas institucionais de participação digital e seus desafios fundamentais. *Opinião Pública* 16(1), 2010.
- . Democracia “online” e o problema da exclusão digital. *Compos, GT Comunicação e política*: 1–19, 2012.
- MORUS, Rhys. The nervous system of Britain: space, time and the electric telegraph in the Victorian age. *British Journal for the History of Science* 33 (254), 2000.
- NORRIS, Pippa. *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. xvii, 398 p.
- O'REILLY, T. What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, 2005. <http://oreilly.com/lpt/a/6228>.
- RODEGHERI, Letícia Bodanese; SANTOS, Noemi de Freitas and OLIVEIRA, Rafael Santos de. A construção da ciberdemocracia por meio do debate público na blogosfera. *Democracia Digital e Governo Eletrônico* 6, 2012.
- RODHES, R. A. W. *Understanding Governance: Policy Networks, Governance and Accountability*. Open University Press, 1997.
- ROMÃO, José Eduardo Elias. Pedra na funda: a classificação indicativa contra a ditadura da indústria da comunicação. Universidade de Brasília, 2010.
- SAMPAIO, Rafael Cardoso; MAIA, Rousiley Celi Moreira; JAMIL, Paulo Francisco Almeida and MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. Participation and Deliberation on the Internet: A Case Study of Digital Participatory Budgeting in Belo Horizonte. *The Journal of Community Informatics* 7(1&2): 1–22, 2011.
- SECRETARIA DE ASSUNTOS LEGISLATIVOS. *Debate Público Código de Processo Civil - Relatório Final*. Brasília, 2012.
- SEGURADO, Rosemary. Política da Internet: a regulamentação do ciberespaço. *ConfiBERcom*, 2011.
- SHANE, Peter M. online” Consultation and Political Communication in the Era of Obama: An Introduction. In: *Coleman, Stephen, and Shane, Peter M. Connecting democracy: “online” consultation and the flow of political communication*. Cambridge, Mass.; London: MIT Press., Kindle edition, 2012.
- STEIBEL, Fabro. Designing “online” Deliberation using web 2.0 Technologies: The Marco Civil Regulatório case.” *Compos, GT Comunicação e política*, 2012.



STEIBEL, Fabro, and BELTRAMELLI, Federico. La Web 2.0 y la consulta de políticas públicas en América Latina: el caso de Marco Civil en Brasil y el caso uruguayo de sobre TV Digital en una perspectiva comparada. *IAMCR GT 10*, 2012a.

———. Policy, research and “online” public consultations in Brazil and Uruguay. In *Impact 2.0 : new mechanism for linking research and policy*, GIRARD, Bruce and ACOSTA Y LARA, Estela (eds.). Montevideo: Fundación Comuca, 2012b.

UN. New York *E-Government Survey 2012 : E-government for the people*, 2012.

A influência do movimento #YoSoy132 durante as eleições mexicanas de 2012

95

MARIE-ASTRID CIOBANU

*“Desejo a todos, a cada um de vocês, um motivo para a indignação. É um bem valioso. Quando alguém se indigna com algo, [...] torna-se ativo, forte e engajado. Vincula-se à corrente da História, e a corrente da História toma seu curso graças ao engajamento de muitos – por mais justiça e liberdade”.*¹

WEB 2.0 E MOVIMENTOS SOCIAIS

Quem atualmente quiser alcançar alguma meta, precisa estar bem conectado e saber utilizar os modernos meios de comunicação. Hoje em dia já existem vários exemplos que apoiam esta tese. A *Primavera Árabe*, o *Anonymous*, os *Indignados*, o *Occupy Wall Street* e também o movimento de jovens mexicanos #YoSoy132 comprovaram, em parte, a enorme importância da internet para os movimentos sociais. Todos juntos mostraram que a tecnologia digital pode ser um instrumento útil para o ativismo social e político.

A partir de 2004, o desenvolvimento da web 2.0 e também das mídias sociais, incluindo as redes e os blogues nelas existentes, rompeu definitivamente o monopólio de informações das mídias de massa tradicionais. O novo modo de uso da internet e a possibilidade de um “jornalismo popular” emprestou à

¹ Stéphane Hessel, *Empört Euch!* [trad.: Indignem-se], Ullstein Buchverlage GmbH, Berlin, 2011, p. 10.

sociedade um poderoso instrumento que os chamados “nativos digitais” (a geração que cresceu com a internet) sabem usar com muita eficiência. De forma inesperada e surpreendente, em todo o mundo as pessoas, individualmente ou em grupos, começaram a utilizar a nova tecnologia para a coordenação e a organização de atos de protesto. Com o tempo, o uso das mídias sociais voltado para o ativismo político passou a ganhar dimensões cada vez maiores. Com a ajuda de telefones celulares e da internet, a população conseguiu derrubar as barreiras de informações. Através de *smartphones*, tornou-se possível filmar acontecimentos e disseminá-los em poucos segundos pela internet.

Na qualidade de forma de organização política, as redes sociais fundamentam-se em princípios que se encontram em todos os movimentos supramencionados: autonomia de seus membros, estruturas horizontais e conteúdos comuns. Trata-se de uma mídia em que um indivíduo pode exprimir seu descontentamento, e através da qual é possível provocar mudanças dentro de um mínimo espaço de tempo. Como toda e qualquer mídia, as redes sociais permitem que uma pessoa adira a um grupo com metas ou projetos iguais aos seus, só que com a vantagem tecnológica de poder divulgar, através de um clique, uma notícia às massas. Também é do interesse do usuário alcançar o maior número possível de membros de uma só vez, pois como já constatara Elias Canetti, detentor de um Prêmio Nobel de Literatura, em seu livro “*Massa e poder*”, somente numa massa seria possível atingir um estado de descarga, aquele momento em que todos se livram de suas diferenças e sentem-se iguais. Nesse contexto, a perda da individualidade seria vista como um ato de libertação, já que o indivíduo não mais estaria diante apenas do mundo caótico.²

A característica principal dos movimentos sociais é ser a força motriz das transformações sociais e do desenvolvimento político, partindo das experiências de cada cidadão e buscando um processo dialético em prol do bem-estar da sociedade. O *status quo* insatisfatório deverá ser transformado através de protestos que exerçam influência sobre a opinião pública e fomentem o desenvolvimento político. Em comparação com as mídias tradicionais, aqui se podem propagar notícias num brevíssimo espaço de tempo e de maneira eficiente, ou seja, notícias críticas que não sejam nem censuradas nem filtradas.

Atualmente, a juventude mexicana também manifesta a sua opinião de uma forma que já não mais pode ser ignorada nem evitada. Trata-se de jovens bem informados através da internet, que desejam proteger-se da desinformação promovida pelas mídias tradicionais e da manipulação que estas exercem

2 Elias Canetti, *Masse und Macht*, 29ª ed., Fischer, Frankfurt am Main, 2003, p. 17.

sobre a população. Ao postar-se do lado dos poucos poderosos existentes no país, o chamado “quarto poder” (as mídias tradicionais) traiu os cidadãos. As redes sociais, ou o “quinto poder”, põem à mostra os pontos fracos das mídias tradicionais e dão uma sacudida na fidedignidade destas. Além disto, os universitários mexicanos demonstraram que sabem fazer uso das redes sociais.

O SURGIMENTO DE UMA *HASHTAG* QUE MOVIMENTOU MILHARES DE JOVENS

Um dos desenvolvimentos mais interessantes da campanha eleitoral mexicana de 2012 foi indubitavelmente o movimento jovem #YoSoy132, que surgiu num momento em que parecia quase impossível negar ao candidato do Partido Revolucionário Institucional (PRI), Enrique Peña Nieto, o primeiro lugar nas pesquisas. Nas primeiras pesquisas realizadas, ele chegou a registrar até 20 pontos percentuais de dianteira em relação à candidata do Partido Ação Nacional (PAN), Josefina Vázquez Mota, que desde o início da campanha, por causa de problemas internos do partido, viu-se obrigada a suportar uma série de reveses. Foi trazido a público, por exemplo, que ela não obtivera o necessário apoio do Presidente Felipe Calderón nas prévias eleitoras internas do PAN, e que mesmo durante a campanha foi abandonada pelo seu partido. Problemas de ordem organizacional e a falta de apoio por parte dos próprios correligionários deram margem a manchetes de jornais, evidenciando que provavelmente não seria mais possível superar o avanço que Peña Nieto já obtivera. Pelo Partido da Revolução Democrática (PRD), concorria, como já acontecera em 2006, Andrés Manuel López Obrador, que até o surgimento do #YoSoy132 ocupava a terceira colocação nas pesquisas divulgadas.

O movimento dos universitários teve início no dia 11 de maio, quando Enrique Peña Nieto apresentou-se na Universidade Ibero-Americana durante o fórum “Bom Cidadão Ibero”, para tornar público o seu programa político. Durante uma rodada de perguntas e respostas, os estudantes confrontaram o candidato do PRI, dentre outros temas, com os assassinatos de mulheres ocorridas no Estado do México e com a escalada da violência na cidade de Atenco em 2006. Estes fatos haviam ocorrido no estado mais populoso do México, onde Peña Nieto foi governador até 2011. Enquanto nenhuma mídia arvorara-se em indagá-lo sobre esses temas, os estudantes fizeram suas perguntas sem papas na língua. Por causa das respostas insatisfatórias do candidato, mas sobretudo porque se tratava de um candidato que as mídias haviam alçado a uma posição de destaque, Peña Nieto deixou a universidade sob uma sarai-

vada de palavras de ordem do tipo: “assassino”, “desapareça” e “a Ibero não quer por aqui”. Segundo notícias divulgadas por algumas mídias, ele chegou inclusive a esconder-se num banheiro da universidade, até conseguir deixar o prédio com a ajuda da sua equipe.³

Enquanto os jornais *Reforma*, *La Jornada* e *Milenio* falavam de uma “sexta-feira negra” para Peña Nieto ou até punham na página principal uma manchete com as palavras “região hostil”, algumas mídias e o PRI tentavam reduzir os acontecimentos a um ato cometido por 131 baderneiros, que em parte, segundo eles, sequer seriam alunos da Universidade Ibero-Americana.⁴ Alguns jornais diários até pretenderam vender como um êxito a visita do candidato à Presidência da República.⁵ Não obstante, a notícia dos verdadeiros acontecimentos logo tomou conta das redes sociais como um relâmpago. Enquanto Pedro Joaquín Coldwell, presidente do PRI, ainda buscava descobrir como fora possível deixar a situação chegar àquele ponto, na internet circulava um vídeo em que 131 alunos haviam se postado em frente à câmera e confirmavam serem realmente estudantes da Universidade Ibero-Americana e estarem por trás dos protestos. O vídeo circulou pelo Twitter e pelo Facebook, tendo sido visto por mais de um milhão de pessoas no período de uma semana.⁶ Não demorou muito, e o movimento, que primeiramente surgira com o slogan “*Más de 131*” (“mais de 131”), já abraçava para si a denominação marcada pelo simbólico *hashtag* do Twitter #YoSoy132 (“Eu sou 132”).

Era um fato surpreendente para todos e também a primeira vez que um movimento estudantil partia de uma universidade privada de elite. Não se esperava que uma atitude tão crítica frente ao PRI partisse de uma das mais caras universidades mexicanas, já que Enrique Peña Nieto é representante dos grupos mais abastados do México. Todavia, o Reitor da Universidade Ibero-Americana, José Morales Orozco, chegou a lembrar que os quatro objetivos

3 Jesusa Cervantes, Vanguardia, “*Peña Nieto tuvo que ‘huir’ de la Ibero tras repudio de universitarios*”, 11 de maio de 2012, <http://www.vanguardia.com.mx/eleccion2012-penanietotuvoque%60huir%2%b4delaiberotrasrepudiodeuniversitarios-1284860.html> (último acesso em 6 de outubro de 2012).

4 Gerson Hernández Mecalco, “*¿Que ‘observó’ la prensa escrita en la Ibero?*”, Revista Zócalo – Comunicación – Política – Sociedad, junho de 2012, ano XII, nº 148, p. 16.

5 Víctor M. Quintana S., Deputado, “*México, los jóvenes del #yosoy132 impactan proceso electoral*”, <http://viva.org.co/cajavirtual/svc0306/articulo12.html> (último acesso em 5 de outubro de 2012).

6 Jenaro Villamil, “*Televisa y la primavera mexicana*”, Revista Zócalo – Comunicación – Política – Sociedad, junho de 2012, ano XII, nº 148, p. 8; <http://www.youtube.com/watch?v=zkXdwMiSL1c> (último acesso em 4 de outubro de 2012).

primordiais da formação jesuítica na Ibero-Americana refletir-se-iam no movimento estudantil: conveniência, justiça, humanismo e fé.⁷ Registrou-se a adesão de outras instituições privadas de ensino superior e, passados poucos dias, o movimento figurava entre os temas mais comentados nas redes sociais ao redor do mundo. Mas – quem sabe? – se o PRI e as mídias não tivessem reagido naquele momento daquela forma, provavelmente não teria surgido o vídeo de protesto, e talvez hoje nem existisse o #YoSoy132.

Aconteceu, porém, a mobilização dos universitários, e formou-se um levante para impedir que fosse impingido à população um presidente da República através de influência dos meios de comunicação. Exigiam a abertura das mídias mexicanas que, como sempre, continuavam influenciadas pelo duplório formado pela *Televisa* e pela *TV Azteca*. O lema dos estudantes era “A Verdade liberta”, uma frase extraída do evangelho de São João 8, 31-33. Eram jovens com boa formação, que estavam muito bem conectados e conseguiam organizar-se com rapidez, eficiência e autocrítica.⁸ No início não conseguiam sequer imaginar a dimensão que poderia ganhar o ato realizado no dia 11 de maio. Naquele meio tempo, muitos jovens na Europa, nos Estados Unidos e na América Latina, bem como a Igreja, já haviam proclamado a sua solidariedade. Além do mais, o movimento *Occupy Wall Street* publicou no seu portal da internet uma foto dos estudantes, acompanhada da manchete “*Primavera mexicana. O despertar civil contra a manipulação informativa*”. Com o tempo, vozes que se ouviam das mídias xingando os estudantes de baderneiros ou fascistas foram ficando cada vez mais silenciosas. E tentativas de políticos de aderirem ao movimento universitário foram rejeitadas e consideradas oportunistas. Os estudantes queriam ser livres, evitar serem usados e assegurar que não haveria por trás nenhuma estratégia política de algum candidato. Logo de início, os estudantes decidiram ser um movimento suprapartidário e plural, mas ao mesmo tempo sem ser apolítico – embora esse seu suprapartidarismo certamente seja discutível, afinal de contas eles se colocaram declaradamente contra o PRI.

Transcorridos apenas quatro dias, os estudantes organizaram, através das redes sociais Facebook e Twitter, uma manifestação que deveria ser realizada

7 Sonia de Valle, Reforma, “*Aplauda UIA labor electoral de #YoSoy132*”, 4 de setembro de 2012, p. 17.

8 #YoSoy132 dispõe de vários websites e neste meio tempo já fundou assembleias locais, uma assembleia-geral nacional (*Asamblea General Interuniversitaria – AGI*) e várias comissões temáticas. Vide <http://www.yosoy132media.org/quienes-somos/> (último acesso em 6 de outubro de 2012).

no dia 19 de maio. Ali, 46.000 pessoas participaram de uma passeata contra Peña Nieto. Com isso foram superadas, em larga escala, as expectativas dos estudantes, tornando-se claro que naquele momento estava sendo escrito um capítulo histórico. Além disto, no dia 23 de maio, alguns milhares de estudantes marcharam ao longo do Paseo de la Reforma até alcançarem o Zócalo, a principal praça da Cidade do México, para manifestarem contra o duopólio de comunicações. No Zócalo, proclamaram que se engajariam em prol da transmissão nacional do segundo debate entre os candidatos à Presidência da República, marcado para o dia 10 de junho. Ademais, exigiam, dentre outras reivindicações, segurança para todos os adeptos do movimento, democratização dos meios de comunicação, assim como proteção para os jornalistas exercerem suas atividades no país. No mesmo dia, em quinze outros estados mexicanos houve passeatas de jovens do mesmo movimento.

A Universidade Ibero-Americana externou a sua solidariedade para com os manifestantes, que antes haviam recebido telefonemas intimidadores e mensagens com ameaças através das redes sociais. Segundo algumas fontes, no PRI, nada mudara, como teriam constatado os próprios alunos: tratava-se de um PRI que queria silenciar os desgostosos, que estaria sendo repressor e autoritário, e que estaria utilizando as mídias em benefício próprio. Por esta razão, a intenção era apelar para a memória política da sociedade e impedir que voltasse ao poder o antigo regime – agora com uma nova cara, a de Peña Nieto. Os manifestantes colocavam-se, portanto, não apenas contra a pessoa de Peña Nieto, mas contra tudo o que ele representava.

Seguindo este raciocínio, destacaram-se, na gênese do movimento estudantil, dois temas principais: “somos contra o PRI e a favor da democratização dos meios de comunicação”. Representantes do #YoSoy132 afirmaram tratar-se de um movimento que pressupunha fazer um levante contra Peña Nieto. E que a *Televisa* seria não apenas uma rede de comunicações, mas um dos principais atores políticos no exercício do poder no México, além de representar um dos motivos pelos quais a democracia não conseguia amadurecer naquele país. Também afirmavam que a sua meta consistia principalmente em que as pessoas fossem às urnas bem informadas. E ao mesmo tempo queriam evitar um boicote às eleições ou o recurso ao voto nulo ou em branco. Segundo os próprios membros, o movimento seria contra uma democracia simulada e a favor de uma democracia genuína. Havia um consenso de todas as correntes do movimento em relação a esses pontos. Também era sua intenção continuar sendo, após o pleito, um fator constante de pressão social sobre os políticos e, se necessário, ampliar a agenda do movimento.

No dia 30 de maio, aconteceu a primeira assembleia geral do #YoSoy132, da qual participaram representantes de 52 universidades públicas e privadas de todo o México. Como a *Universidad Nacional Autónoma de México* (UNAM), que é privada e identificada com o PRD, aderiu ao movimento, ouvia-se constantemente a crítica de que o PRD apoiaria essas ações. Asseverou-se, todavia, que isto não estaria ocorrendo. Por diversas vezes, López Obrador também reiterou a autonomia do movimento estudantil, mas sem conseguir esconder a sua alegria em ver que as manifestações dos universitários, contrárias ao PRI, mas favoráveis às propostas do programa política de esquerda, acabavam fazendo uma propaganda indireta para o PRD.

INFLUÊNCIA DO #YOSOY132 DURANTE AS ELEIÇÕES MEXICANAS

Mas qual foi a real influência exercida pelo movimento #YoSoy132? Ao se refletir sobre essa indagação após a realização das eleições, podem-se constatar vários efeitos que serão delineados a seguir.

1. *Primeira crise de campanha eleitoral na vida de Enrique Peña Nieto e o despertar da sociedade mexicana*

A partir do início oficial da campanha no dia 30 de março de 2012, a estratégia de Enrique Peña Nieto consistia no controle de pesquisas eleitorais que o beneficiassem e na assistência às mídias de massa, visando à construção da sua imagem. Além das inserções televisivas, jornais diários como *El Universal*, *Excélsior*, *La Crónica*, *Impacto*, *La Razón*, *Ovaciones*, assim como o grupo *Milenio*, prestavam a sua ajuda quase diariamente com manchetes positivas sobre Peña Nieto na primeira página, contribuindo ao mesmo tempo com uma campanha contrária a Andrés Manuel López Obrador. Peña Nieto movimentava-se com muito cuidado, evitava temas sensíveis e grandes aparições, e em seus discursos sempre se deixava ajudar por um *teleprompter*. A preferência das mídias pelo candidato Peña Nieto foi aceita de forma tácita e sem grandes críticas pela população mexicana até o dia 11 de maio – afinal de contas, não era a primeira vez que a imagem de um candidato do PRI era construída com a ajuda da *Televisa*.⁹ O fato de existir um acordo entre a Rede *Televisa* e Peña

9 Nas eleições de 1988, p. ex., 90% do tempo de transmissão previsto para as campanhas junto às redes *Televisa* e *TV Azteca* foram em benefício do candidato do PRI, Carlos Salinas de Gortari. Claudia I. García Rubio, “*El fin del silencio en la elección presidencial*”,

Nieto também foi confirmado por outros meios de comunicações. Nesse sentido, o jornal inglês *The Guardian* publicou no dia 8 de junho de 2012 um artigo dando conta de que a Rede *Televisa* teria vendido horários de inserções televisivas e programações privilegiadas a Enrique Peña Nieto, para melhorar o prestígio do candidato do PRI e criar um clima contra López Obrador.¹⁰ A Rede *Televisa* tratou de desmentir imediatamente essas acusações e advertiu o *The Guardian* de não ter realizado uma pesquisa correta, já que as fontes não seriam autênticas.¹¹

A campanha de Enrique Peña Nieto somente vivenciou a sua primeira crise, portanto, quando os universitários quebraram o seu silêncio e começaram a manifestar críticas abertas ao candidato do PRI. Pela primeira vez na história do México, jovens manifestavam-se contra um candidato a Presidente da República, mais precisamente contra o candidato que liderava as pesquisas. Por conseguinte, os meses de maio e junho estiveram sob o signo do despertar da sociedade mexicana, que aparentemente se encontrava afundada em total apatia. Outrossim, mediante o crescente uso das redes sociais, evidenciou-se que nenhum dos candidatos à presidência havia elaborado estratégias para esse tipo de mídia, encontrando-se, por isso, diante de um novo desafio.

2. *Transmissão em cadeia nacional do segundo debate televisivo e a organização de um terceiro debate entre os candidatos*

Ainda antes da mobilização dos estudantes, no dia 6 de maio, foi realizado o primeiro de dois debates televisivos previstos por lei entre os candidatos à presidência da República, que são organizados no México pelo IFE (*Instituto Federal Electoral*). O debate de duas horas não trouxe nenhuma surpresa, uma vez que o IFE já publicara anteriormente as 71 perguntas possíveis, para que os candidatos pudessem preparar-se. Também era de se esperar que os candidatos apresentassem respostas muito bem preparadas pelas respectivas equipes de campanha sobre economia e trabalho, segurança e emprego, além de desenvolvimento social e sustentável. As surpresas ficaram por conta dos seguintes detalhes: a atuação de uma *ex-playmate*, que estava encarregada de

Revista Zócalo – Comunicación – Política – Sociedad, julho de 2012, ano XII, núm. 149, p. 17.

10 Jo Tuckmann, *The Guardian*, “Archivos informáticos sugieren que Televisa vendió cobertura a altos políticos Mexicanos”, 8 de junho de 2012, <http://www.guardian.co.uk/world/2012/jun/08/mexico-televisa-cobertura-politicos> (último acesso em 6 de outubro de 2012).

11 Reforma, “*Niega versión la empresa*”, 8 de junho de 2012, p. 4.

entregar as perguntas aos candidatos e exibia um vestuário não muito adequado para um debate político; uma foto de Enrique Peña com o ex-presidente mexicano Carlos Salinas de Gortari, também do PRI (1988-1994), mostrada de ponta-cabeça por López Obrador como mais uma prova do nepotismo existente no seio daquele partido; por fim, a consequente falta de vontade da moderadora em que as perguntas fossem aprofundadas, para, ao invés disso, apresentar Peña Nieto. De modo geral, os três candidatos perderam muito tempo em ataques mútuos, de modo que, dos 1,5 a 3 minutos rigidamente estabelecidos, além de uma réplica, não sobrava muito tempo para responderem substancialmente às perguntas. Importantes questões, p. ex. sobre o combate ao crime organizado, não eram respondidas, dando-se lugar a ataques verbais. Ademais, na maioria das vezes apenas se repetiam as promessas de campanha já antes veiculadas, sem entrarem em pormenores sobre como pretendiam chegar àquelas metas. De início já era questionável se muitos mexicanos assistiriam ao debate, pois na noite de domingo teriam a difícil tarefa de optar entre a transmissão do debate e a de um jogo de futebol. As duas grandes redes de televisão, *TV Azteca* e *Televisa*, já haviam anunciado antes que não transmitiriam o debate em seus canais principais. Por fim, a *TV Azteca* optou por transmitir a partida de futebol.

Essa decisão causara muito *frisson* e resultara numa discussão de alguns dias sobre a transmissão do debate. Com o início dessa discussão, também entrou em cena o movimento dos universitários. Criticou-se principalmente o fato de que as duas redes de TV somente transmitiriam o debate através de seus canais menores, ou seja, aqueles cujo sinal não está disponível em todo o território mexicano, não podendo ser visto, portanto, por todos os mexicanos. Além disso, veio mais uma vez à baila que desse modo Enrique Peña Nieto deveria ser apoiado pelas redes televisivas.

No dia 10 de junho aconteceu o segundo debate na TV entre os dois candidatos. Graças a reivindicações, durante semanas, através do #YoSoy132, desta vez o debate foi transmitido tanto pela *Televisa* quanto pela *TV Azteca* em seus canais principais. No dia 1º de junho, o IFE estabeleceu as diretrizes para o debate que se realizaria em Guadalajara, estado de Jalisco, e seria moderado pelo renomado jornalista mexicano Javier Solórzano. Ao contrário do primeiro debate, não haveria perguntas prontas, mas blocos temáticos, a partir dos quais os candidatos poderiam apresentar suas ideias. Os temas propostos foram política e governo, o México no mundo, bem como o desenvolvimento social e sustentável do país. Apesar da melhor moderação e das regras um pouco menos rígidas – mas com a ressalva de que a explicação destas tomou

uma meia hora completa no início da transmissão –, não chegou a haver uma verdadeira discussão entre os candidatos.

Pelas razões acima elencadas, no começo de junho os estudantes reivindicaram junto ao IFE a realização de um terceiro debate, para promover entre os candidatos uma discussão sobre os temas aprofundados em suas assembleias, desta vez com a participação popular. O IFE recusou esta reivindicação sob a alegativa de que haveria uma regulamentação legal restrita. Em todo caso, os estudantes decidiram organizar autonomamente o terceiro debate com o nome de *#Debate132*, através de videoconferência e transmissão direta via internet. Enviaram um convite aos três principais candidatos, a saber, os dos partidos PRI, PAN e PRD, para a noite do dia 19 de junho. A Comissão de Direitos Humanos do Distrito Federal pôs à disposição as suas dependências. Andrés Manuel López Obrador e Josefina Vázquez Mota confirmaram imediatamente a sua presença, enquanto Peña Nieto enviou como resposta uma recusa aos estudantes. Afirmava ele que não haveria neutralidade nenhuma num debate desse tipo, uma vez que era evidente que o movimento estava organizado contra ele. O candidato Gabriel Quadri de la Torre, que corria por fora como representante do partido Nova Aliança, também demonstrou sua disponibilidade em participar, embora de início nem tivesse sido convidado. O debate teve a duração de 2,5 horas. As primeiras discussões versaram sobre temas de interesse geral, em seguida foram feitas perguntas do movimento estudantil durante 45 minutos e, por fim, 75 minutos de perguntas que haviam sido enviadas via internet durante o debate. O debate não foi transmitido pela TV, apenas pelo Youtube e por algumas estações de rádio. Apesar de uma série de falhas técnicas, elogiou-se muito o fato de se ter logrado realizar um debate genuíno.

Aquilo que nenhuma mídia tradicional, nenhum jornalista ou nenhum outro ator político havia logrado foi alcançado por um movimento de universitários: a realização de um verdadeiro debate com participação popular. O que é normal em outros países era uma novidade no México e permitia que os candidatos à presidência deixassem uma impressão mais autêntica do que a deixada nos debates anteriores organizados pelo IFE. Mas ficou patente a ausência de compromisso dos candidatos, assim como a falta de visão, de caráter, de conteúdo e de propostas – coisas que antes eram conhecidas, mas agora estavam mais evidentes. Desta forma, foi possível fazer uma reavaliação dos candidatos com base nas temáticas debatidas e não apenas através da sua aparição na TV. Com isso também ocorreu uma mudança no foco das discussões das campanhas: se antes as pessoas falavam apenas de superficialidades –

p.ex. sobre a aparência dos candidatos, se Enrique Peña Nieto poderia mesmo cumprir as suas promessas, e o que Josefina Vázquez queria dizer com o seu *slogan* “Diferente” –, por intermédio dos estudantes finalmente começavam também a discutir conteúdos. O resultado foi uma nítida melhoria da qualidade das campanhas.

3. *Uma virada nos números das pesquisas, apesar de o vencedor das eleições ser o mesmo*

Após as manifestações em massa organizadas pelo #YoSoy132, foi possível observar uma virada nos resultados das pesquisas. No dia 31 de maio, podia-se ler a manchete na página principal do jornal diário *Reforma*, indicando que Andrés Manuel López Obrador agora teria alcançado 34%, estando assim a apenas 4 pontos percentuais de Enrique Peña Nieto, que caíra para 38%. Josefina Vázquez Mota escorregara dos sólidos 32% iniciais para apenas 23%.¹² Do início da campanha em março até duas semanas após o surgimento do movimento #YoSoy132, Enrique Peña Nieto, de acordo com o jornal *Reforma*, perdera, portanto, sete pontos percentuais nos números apontados pela pesquisa, ao passo que Andrés Manuel López Obrador crescera doze pontos percentuais, empurrando Josefina Vázquez Mota, por conseguinte, para a terceira colocação.¹³

	28 de março	25 de abril	31 de maio
Enrique Peña Nieto	45%	42%	38%
Josefina Vázquez Mota	32%	29%	23%
Andrés Manuel López Obrador	22%	27%	34%

A agência de notícias *Reuters* também noticiou a mudança de opinião registrada nas pesquisas e o fato de Enrique Peña Nieto, conforme o instituto de pesquisas *Consulta Mitofsky*, ter perdido 2.3 pontos percentuais.¹⁴ Era a primeira vez que ele caía nas pesquisas. A *Reuters* atribuiu essa mudança ao movimento dos estudantes, e era evidente que a perda registrada nas intenções de voto para Josefina Vázquez Mota e Enrique Peña Nieto beneficiava direta-

12 Reforma, 31 de maio de 2012, p.1.

13 Pesquisas do Grupo Reforma: <http://gruporeforma-blogs.com/encuestas/> (último acesso em 5 de outubro de 2012).

14 Reuters, “*Favorito para presidencia de México retrocede tras protestas: sondeo*”, 29 de maio de 2012, pode ser lido na página <http://mx.reuters.com/article/topNews/idMXL1E8G-TDFJ20120529> (último acesso em 5 de outubro de 2012).

mente López Obrador. Este aumento da intenção de votos em prol de López Obrador também podia encontrar a seguinte explicação: eleitores indecisos geralmente reagem sensivelmente a fatores conjunturais. E destes fazem parte a performance dos candidatos no debate, escândalos políticos e também o surgimento de um movimento de protesto.¹⁵

Entretanto, pesquisas de opinião no México sempre devem ser apreciadas com cuidado, pois elas ou chegam a resultados totalmente contrários, ou são compradas ou são usadas como propaganda de manipulação.¹⁶ No final de maio, segundo o instituto *Consulta Mitofsky*, Peña Nieto ainda gozava de uma dianteira segura frente a López Obrador da ordem de quase 10 pontos percentuais; já entre este último e Josefina Vázquez Mota, havia um empate técnico.¹⁷ Em contrapartida, segundo a revista *Reforma*, por aquela época já havia um empate técnico entre Enrique Peña Nieto e López Obrador, de modo que não era possível pressupor uma vitória segura de Peña Nieto.¹⁸ Deste modo, após uma dianteira inicial quase insuperável do candidato do PRI, de maneira inesperada instalava-se um grande suspense em torno da campanha eleitoral.

Seja como for, em última instância a mudança constatada nos números das pesquisas não logrou impedir a indesejada vitória de Enrique Peña Nieto. Vozes otimistas supunham que antes do pleito eleitoral do dia 1º de julho os jovens lograriam exercer influência sobre o resultado das eleições. Em todo caso, os números oficiais indicam que havia 3.032.387 eleitores registrados com idades entre 18 e 19 anos que debutariam nas urnas em 2012.¹⁹ Segundo a mesma lista, 10.390.460 dos jovens eleitores tinham idade entre 20 e 24 anos, 10.191.211 entre 25 e 29 anos, e 9.824.351 entre 30 e 34 anos.²⁰ Diante destas cifras, o número total de jovens eleitores abaixo de 34 anos perfazia cerca de 40% de todos

15 Marisol Reyes Soto numa entrevista à *Semana*, “México: unas elecciones entre la sorpresa y la polarización”, junho de 2012, <http://m.semana.com/mundo/mexico-unas-elecciones-entre-sorpresa-polarizacion/178917-3.aspx> (último acesso em 6 de outubro de 2012).

16 Carlos Padilla Ríos, Mauricio Coronel Guzmán, “Encuestas no determinan elecciones: investigadores”, *Revista Zócalo – Comunicación – Política – Sociedad*, julho de 2012, ano XII, nº 149, p. 26.

17 Animal Electoral – “Vázquez Mota, la que más bajó durante toda la campaña”, 26 de junho de 2012, <http://www.animalpolitico.com/animal-electoral/2012/06/26/vazquez-mota-la-que-mas-bajo-durante-toda-la-campana-mitofsky/> (último acesso em 7 de outubro de 2012).

18 Claudia Guerrero, Érika Hernández, Osvaldo Robles, *Reforma*, “Ven caída de Peña: soy puntero, revira”, 1 de junho de 2012, p. 4.

19 IFE, Estadísticas Lista Nominal y Padron Electoral, http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Estadísticas_Lista_Nominal_y_Padron_Electoral/ (último acesso em 6 de outubro de 2012).

20 *Ibid.*

os eleitores do México, podendo exercer uma influência significativa sobre o resultado das eleições. Não obstante, entre os jovens com idade de 18 a 24 anos havia, segundo o instituto de estatística INEGI, 2.812.006 universitários – perfazendo tão-somente 3,5 % de todos os eleitores.²¹

Ademais, observe-se que nem todos os mexicanos têm acesso à internet. No México, é a classe média alta que acessa as novas mídias. Segundo o mais recente estudo da Associação Mexicana de Internet (AMIPCI), publicado em 17 de maio de 2012, dos cerca de 112 milhões de habitantes apenas 40,6 milhões acessam a internet – ou seja: sequer 40% da população. De acordo com o estudo, os mexicanos passam em média 4 horas e nove minutos online diariamente. Com 77%, o acesso às redes sociais aparece em segundo lugar, após o envio e o recebimento de e-mails, entre os motivos para o uso da internet. Nove em cada dez internautas utilizam as redes sociais como passatempo. Muitos dentre eles estão inscritos em até quatro plataformas. O Facebook é visitado diariamente por 90% dos internautas, em seguida vem o Youtube com 77%, e o Twitter não fica muito atrás com aproximadamente 61% dos usuários acessando-o diariamente. Justamente neste ano, 51% dos usuários das redes sociais clicaram em propagandas ou manifestações políticas, e quatro em cada dez usuários tornaram-se fãs de um candidato ou partido.²²

Portanto, ainda que houvesse uma grande probabilidade de os universitários motivarem outros jovens a irem votar e a interessarem-se pelos acontecimentos políticos do país, o número de jovens universitários que foi às urnas principalmente para votar contra Peña Nieto foi, por sua vez, muito reduzido para que pudesse realmente influenciar o resultado das eleições. O resultado final que foi divulgado pelo IFE no dia 8 de julho de 2012 ficou próximo dos últimos números divulgados pelas pesquisas da revista *Reforma*:

Candidato	2012
Enrique Peña Nieto	38,21 % (19.226.784 votos)
Josefina Vázquez Mota	25,41 % (12.786.647 votos)
Andrés Manuel López Obrador	31,59 % (15.896.999 votos)

21 INEGI, Censo de población y vivienda 2010, http://www.inegi.org.mx/lib/olap/consulta/general_ver4/MDXQueryDatos.asp?#Regreso&c=27823 (último acesso em 6 de outubro de 2012); IFE, Estadísticas Lista Nominal y Padron Electoral, http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Estadísticas_Lista_Nominal_y_Padron_Electoral/ (último acesso em 6 de outubro de 2012).

22 Asociación Mexicana de Internet, “*Hábitos de los usuarios de Internet en México 2012*”, <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=115&Type=1> (último acesso em 29 de setembro de 2012).

4. Observação eleitoral e participação dos jovens no pleito

Atendendo a uma solicitação do movimento, o IFE permitiu que o #YoSoy132 também figurasse como observador eleitoral. Era do interesse dos universitários impedir que houvesse fraude eleitoral, e assim deram início a uma convocação para que as eleições fossem acompanhadas bem de perto. Até o dia 22 de junho de 2012, 3.000 jovens haviam se registrado como observadores eleitorais através do #YoSoy132.²³ Votou-se, todavia, em 143.130 seções eleitorais, de modo que o movimento teve apenas um peso moral.

No dia 3 de agosto, o #YoSoy132 apresentou às instituições competentes seu “Segundo Informe Geral de Irregularidades e Delitos”. Em 108 páginas, foram descritas 2.700 irregularidades eleitorais, das quais #YoSoy132 tivera conhecimento. Dentre elas, 97% foram atribuídas ao PRI.²⁴ No leque de reclamações, havia desde o uso de recursos públicos para campanhas, passando pela compra e falsificação de títulos eleitorais, até o proselitismo e a propaganda política durante o processo eleitoral, assim como a compra de votos e a coação de eleitores, furto e destruição de urnas eleitorais. Não obstante, no dia 31 de agosto, o Tribunal Eleitoral do Poder Judiciário da Federação Mexicana (TEPJF) declarou Enrique Peña Nieto oficialmente presidente eleito do México, legitimando assim as eleições, já que não havia provas suficientes para uma deliberação em contrário.²⁵

Tem-se voltado sempre a questionar principalmente a legitimidade do presidente eleito. Do total de aproximadamente 79.455.108 eleitores, apenas 19.226.784 votaram em Enrique Peña Nieto. Este número é inferior a um terço do total. Por conseguinte, um total de 59,29 % dos eleitores mexicanos não votou no PRI. Por esta razão, diversos setores têm voltado a exigir a introdução de um segundo turno, a fim de garantir a legitimidade do presidente eleito. Durante vários fins de semana seguidos, o #YoSoy132 mobilizou as massas, para reivindicar a nulidade das eleições. Também após a decisão do Tribunal

23 Daniela Rea, Leslie Gómez, Reforma, “*Pide #YoSoy132 vigilar conteo*”, 22 de junho de 2012, <http://www.reforma.com/elecciones/articulo/662/1322875/> (último acesso em 6 de outubro de 2012).

24 Alberto Morales, El Universal, “*Entrega #YoSoy132 informe de elecciones*”, 3 de agosto de 2012, p. 6.

25 Mauricio Torres, “*El Tribunal valida la elección y declara a Peña Nieto presidente electo*”, CNN México, 31 de agosto de 2012, <http://mexico.cnn.com/nacional/2012/08/31/el-tribunal-electoral-sesiona-para-calificar-la-validez-de-la-eleccion> (último acesso em 6 de outubro de 2012).

Eleitoral, o movimento anunciou que não reconhecerá Enrique Peña Nieto como presidente, já que as eleições não teriam transcorrido conforme as leis.

É incontestável, contudo, que o #YoSoy132 aumentou a participação dos jovens mexicanos nas eleições. Ao contrário do pleito de 2006, em que apenas cerca de 49% dos jovens entre 18 e 24 anos foram às urnas, este ano, segundo informações do jornal *El Universal*, mais de 63% dos jovens dessa faixa etária foram votar.²⁶

CONCLUSÕES

Levantes de estudantes contra as mídias e a corrupção no México não é nenhuma novidade. Já em 1968 universitários saíram às ruas escandindo as seguintes palavras de ordem: “*¡Prensa Vendida!*” (imprensa vendida!). Mas em seguida, no dia 2 de outubro de 1968, apenas dez dias antes da abertura dos Jogos Olímpicos do México, teve lugar o famigerado “massacre de Tlateloco” na Praça das Três Culturas, Cidade do México. Os manifestantes foram recebidos por uma polícia equipada com tanques blindados, e mais de 200 universitários foram mortos a tiros. Assim, o então Governo Federal do PRI, tendo à frente o Presidente Gustavo Díaz Ordaz, obrigou os estudantes da UNAM e do Instituto Politécnico (IPN) a cessarem as manifestações, sufocando todo e qualquer movimento social que adviesse dali. Após muitas testemunhas do ocorrido em 1968 terem perdido a força e a coragem de voltarem a ocupar mais uma vez às ruas, o #YoSoy132 mostrou que os estudantes voltaram a ousar. Ademais, através das redes sociais a juventude de hoje tem mais poder do que os estudantes de 1968. Num breve espaço de tempo, são capazes de se organizar e transmitir suas notícias em tempo real para o mundo inteiro.

Após as eleições, o #YoSoy132 voltou a realizar ações importantes, para manifestar contra a imposição de um presidente chamado Enrique Peña Nieto e para continuar a engajar-se pela democratização das mídias. Foi assim, p. ex., que eles bloquearam pacificamente por 24 horas o prédio da *Televisa* em Chapultepec (26/27 de julho – por ocasião da abertura dos Jogos Olímpicos de Londres); por diversas vezes ocuparam pacificamente cabines de pedágio nas rodovias; e organizaram passeatas com a participação de milhares de pessoas no dia em que o Tribunal Eleitoral proclamou a vitória de Peña Nieto (31 de agosto), no dia da última declaração do Presidente Felipe Calderón (1º de

26 Nayeli Cortés, Carina García, *El Universal*, “*Creció voto joven en elección presidencial*”, 26 de julho de 2012, p.4.

setembro), no dia da Independência do México (15 de setembro) e no dia em memória ao massacre de Tlatelolco (2 de outubro).²⁷ Além disso, o movimento não saiu a esmo protestando sem um objetivo. Ao invés disto, sempre tem apresentado propostas concretas, p. ex. sobre como as mídias poderiam ser democratizadas, o que afinal das contas é imprescindível para se mudar alguma coisa numa sociedade. Os universitários deixaram claro que não apenas são o futuro, mas também o presente, e também que gostariam de ser ouvidos.²⁸

Após muitos anos de debates sobre os motivos pelos quais seria tão apática e apolítica, a juventude mexicana agora demonstra um interesse há muito inexistente pela política e resolve querer desempenhar um papel ativo na campanha política de 2012 e também depois do pleito. Os jovens abriram os olhos da sociedade mexicana e motivaram a sociedade civil. As redes sociais no México tornaram-se a principal fonte de comunicação para a política, permitindo uma rápida difusão de informações, às quais não se podia ter acesso nas mídias escritas e sonoras tradicionais. Aquilo que alguns chamam de Primavera Mexicana foi um movimento que, graças à saturação do duopólio politizado de redes de comunicação, fortaleceu-se em prol de mais desenvolvimento democrático no México. Desta forma, a sociedade mexicana tornou-se mais responsável e mais ativa.

Num brevíssimo espaço de tempo, os estudantes alcançaram tantas proezas que resta apenas a esperança de que a mobilização não tenha sido meramente conjuntural. Independentemente da verdadeira influência que o movimento teve até agora ou ainda terá, certo é que as pessoas sempre vincularão as eleições mexicanas de 2012 ao movimento #YoSoy132, e que os universitários garantiram com isso um lugar nos livros de História.

Marie-Astrid Ciobanu · LL.M., estudo de ciências jurídicas na Freie Universität Berlin, 1º e 2º exame de estado (concessão de um grau acadêmico), pós-graduação “Derecho internacional y política internacional” na University of Canterbury com obtenção do título acadêmico “LL.M.”. Entre 2009 e 2011 foi coordenadora de projetos da Fundação Konrad Adenauer em Berlin, Bruxelas e Montevideú. Desde agosto de 2011 é representante adjunta da Fundação Konrad Adenauer no México.

27 Fernando Camacho Servín, *La Jornada*, “#YoSoy132 realizará protestas pacíficas alternas al Grito y al desfile militar”, 14 de setembro de 2012, p. 17.

28 Samuel Castelán Vega, *#YoSoy132, El despertar de los Jóvenes en México*, Panorama Editorial, S.A. de C.V., México D.F., 2012, p. 21.

BIBLIOGRAFIA



Livros, jornais diários e revistas

- CANETTI, Elias, *Masse und Macht*. Hamburgo: Claasen, 1960.
- CORTÉS, Nayeli; GARCÍA, Carina. Creció voto joven en elección presidencial. *El Universal*, 26 de julho de 2012, p. 4.
- DE VALLE, Sonia. Aplaude UIA labor electoral de #YoSoy132. *Reforma*, 4 de setembro de 2012, p. 17.
- GUERRERO, Claudia; Hernández, Érika; Robles, Osvaldo. Ven caída de Peña: soy puntero, revira. *Reforma*, 1º de junho de 2012, p. 4.
- HESEL, Stéphane, *Empört Euch!* Berlin: Ullstein Buchverlage GmbH, 2011.
- MECALCO, Gerson Hernández. ¿Que ‘observó’ la prensa escrita en la Ibero? *Revista Zócalo – Comunicación – Política – Sociedad*, Junio 2012, ano XII, nº 148, p. 15 – 17.
- MORALES, Alberto. *Entrega #YoSoy132 informe de elecciones*. *El Universal*, 3 de agosto de 2012, p. 6.
- RÍOS, Carlos Padilla; GUZMÁN, Mauricio Coronel. *Encuestas no determinan elecciones: investigadores*. *Revista Zócalo – Comunicación – Política – Sociedad*, julho de 2012, ano XII, nº 149, p. 26 – 27.
- RUBIO, Claudia I. García. El fin del silencio en la elección presidencial. *Revista Zócalo – Comunicación – Política – Sociedad*, julho de 2012, ano XII, nº 149, p. 17 – 19.
- SERVÍN, Fernando Camacho. *#YoSoy132 realizará protestas pacíficas alternas al Grito y al desfile militar*. *La Jornada*, 14 de setembro de 2012, p. 17.
- VEGA, Samuel Castelán. *# YoSoy132, el despertar de los Jóvenes en México*, Panorama Editorial, S.A. de C.V., México D.F., 2012.
- VILLAMIL, Jenaro. *Televisa y la ‘primavera mexicana’*. *Revista Zócalo – Comunicación – Política – Sociedad*, junho de 2012, ano XII, nº 148, p. 8 – 10.

Fontes da internet

- ANIMAL ELECTORAL. *Vázquez Mota, la que más bajó durante toda la campaña*, 26 de junho de 2012. <http://www.animalpolitico.com/animal-electoral/2012/06/26/vazquez-mota-la-que-mas-bajo-durante-toda-la-campana-mitosky/> (último acesso em 7 de outubro de 2012).
- ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET. *Hábitos de los usuarios de Internet en México 2012*. <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabit> (último acesso em 29 de setembro de 2012).

- CERVANTES, Jesusa. Vanguardia: *Peña Nieto tuvo que 'huir' de la Ibero tras repudio de universitarios*, 11 de maio de 2012. http://www.vanguardia.com.mx/elecciones2012_penanietotuvoque%60huir%c2%b4delaiberotrasrepudiodeuniversitarios-1284860.html (último acesso em 6 de outubro de 2012).
- GRUPO REFORMA. Pesquisas: <http://gruporeforma-blogs.com/encuestas/> (último acesso em 5 de outubro de 2012).
- IFE, Resultados computos. <http://computos2012.ife.org.mx/reportes/presidente/distritalPresidenteEF.html> (último acesso em 5 de outubro de 2012).
- IFE. Estadísticas Lista Nominal y Padron Electoral. http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Estadisticas_Lista_Nominal_y_Padron_Electoral/ (último acesso em 6 de outubro de 2012).
- INEGI. Censo de población y vivienda 2010. http://www.inegi.org.mx/lib/olap/consulta/general_ver4/MDXQueryDatos.asp?#Regreso&c=27823 (último acesso em 6 de outubro de 2012).
- SOTO, Marisol Reyes. México: unas elecciones entre la sorpresa y la polarización. *Semana*, Juni 2012. <http://m.semana.com/mundo/mexico-unas-elecciones-entre-sorpresa-polarizacion/178917-3.aspx> (último acesso em 6 de outubro de 2012).
- REA, Daniela; Gómez, Leslie. Pide #YoSoy132 vigilar conteo. *Reforma*, 22 de junho de 2012. <http://www.reforma.com/elecciones/articulo/662/1322875/> (último acesso em 6 de outubro de 2012).
- REUTERS. *Favorito para presidencia de México retrocede tras protestas: sondeo*, 29 de maio de 2012. <http://mx.reuters.com/article/topNews/idMXL1E8G-TDFJ20120529> (último acesso em 5 de outubro de 2012).
- TORRES, Mauricio. *El Tribunal valida la elección y declara a Peña Nieto presidente electo*, CNN México, 31 de agosto de 2012. <http://mexico.cnn.com/nacional/2012/08/31/el-tribunal-electoral-sesiona-para-calificar-la-validez-de-la-eleccion> (último acesso em 6 de outubro de 2012).
- TUCKMANN, Jo.: Archivos informáticos sugieren que Televisa vendió cobertura a altos políticos Mexicanos. *The Guardian*, 8 de junho de 2012. <http://www.guardian.co.uk/world/2012/jun/08/mexico-televisa-cobertura-politicos> (último acesso em 6 de outubro de 2012).
- QUINTANA S., VÍCTOR M. (deputado). *México, los jóvenes del #yosoy132 impactan proceso electoral*. <http://viva.org.co/cajavirtual/svc0306/articulo12.html> (último acesso em 5 de outubro de 2012).
- YOUTUBE. Primeiro vídeo dos estudantes da Universidade Ibero-Americana. <http://www.youtube.com/watch?v=zKXdwMiSL1c> (último acesso em 6 de outubro de 2012).

Uma conquista democrática: sobre o desenvolvimento e a aceitação da *Liquid Democracy*

113

HERGEN WÖBKEN

Com a entrada do Partido Pirata nos parlamentos estaduais alemães (nas cidades-estado de Hamburgo e Berlim, e nos estados de Schleswig-Holstein, Renânia do Norte-Vestfália e Sarre), também entra em cena o conceito de *Liquid Democracy* nesses parlamentos: os Piratas demonstram a sua forma de participação com todas as vantagens e desvantagens e irritações, de tal forma que os partidos já estabelecidos precisam lidar com essa novidade. Enquanto os correligionários do Partido Pirata apoiam esse conceito em parte com euforia, ele esbarra numa resistência igualmente grande por parte dos opositores do novo partido. Entretanto, no tocante às novas possibilidades existentes através da internet, não são profícuos nem um entusiasmo exacerbado nem uma rejeição rigorosa. Proveitoso e voltado para o futuro é o desenvolvimento conjunto de uma cultura política que nos ajude a aproximarmos, com abertura e alegria de experimentar o novo, de novas formas de comunicação e informação. Somente assim poderemos conhecê-las e entendê-las.

LIQUID DEMOCRACY E LIQUID FEEDBACK: O QUE É ISSO?

A ideia da *Liquid Democracy* representa uma participação democrática que liga aspectos da democracia direta e da democracia representativa entre si. O pensamento fundamental da *Liquid Democracy* é condensar as restrições de processos político-decisórios já existentes através de plataformas baseadas na internet, em que as próprias pessoas envolvidas decidam, em cada caso, se

querem participar da votação de uma determinada questão ou delegar o seu voto. O que se encontra por trás disto? Enquanto a vinculação partidária está diminuindo nos últimos anos, vem aumentando o interesse em possibilidades alternativas de participação. Na qualidade de cidadãs e cidadãos, desejamos mais participação nos processos político-decisórios de cunho democrático, queremos ser informados, com transparência, sobre processos políticos e, na melhor das hipóteses, contribuir ativamente para o processo com as nossas propostas e os nossos posicionamentos. Nesse contexto, os cidadãos querem ser independentes. Afinal de contas, talvez não se possa ou não se deseje ter uma opinião diferenciada sobre cada tema nem, por outro lado, de tantos em tantos anos eleger um pacote completo proposto por um partido. Na *Liquid Democracy*, todo indivíduo pode tomar parte de votações sobre temas que lhe interessem. Uma alta taxa de participação cria a melhor base para um discurso multifacetado e, por conseguinte, inteligente, sendo desta forma uma boa condição para uma democracia capaz de fazer novos aprendizados. E quem realmente experimentar possibilidades de participação, seja num partido político ou numa outra organização, rapidamente entenderá que uma pretensão de participação necessita de tempo e de esforços para realizar-se. O conceito da *Liquid Democracy* tem a intenção de dissolver esse dilema. A participação – segundo essa nova ideia – não deveria frustrar, mas sim, no melhor dos casos, poder ser praticada da maneira mais simples possível e, com isso, também ser aberta a grupos que até então não puderam participar ativamente da política.

Deve-se fazer uma distinção entre o princípio da *Liquid Democracy* e algumas configurações concretas possíveis das soluções de softwares que lhe são necessárias, tais como o *Liquid Feedback* e o *Adhocracy*, para citar apenas os mais conhecidos. O *Adhocracy* é a variante criada pela Associação *Liquid Democracy* (*Verein Liquid Democracy e.V.*, uma organização sem fins lucrativos criada na Alemanha), e o *Liquid Feedback* é utilizado internamente no Partido Pirata. As duas variantes estão a serviço do modelo da *Liquid Democracy*, embora configurem de maneiras distintas a realização concreta de determinadas questões mais detalhadas, como p. ex. o processo de desenvolvimento da apresentação de um requerimento. As variantes desses softwares permitem o livre acesso e podem ser adaptadas, de acordo com as necessidades, às diferentes exigências técnico-logísticas. Como possíveis áreas de aplicação, podem-se citar partidos políticos, empresas, ONGs, associações ou projetos de participação cidadã. Dessa maneira, à guisa de exemplo, o Partido Pirata, a Organização *Slowfood*, a empresa Synaxon AG e o Distrito Administrativo de Friesland utilizam variantes do *Liquid Feedback*. São as chamadas instâncias do *Liquid Feedback*.

Já o *Adhocracy* foi ou é usado, por exemplo, no processo de participação cidadã ocorrido na Comissão de Inquérito 1 “Internet e Sociedade Digital”, no Diálogo Futuro da Bancada do Partido Social-Democrata alemão (SPD), na revista semanal *ZEITmagazin* e na associação *Verein Mehr Demokratie e.V.* Em princípio, as plataformas virtuais apresentam a infraestrutura dos espaços em que se publicam ideias, propostas e solicitações, onde também é elaborado um *feedback* e, por fim, onde se pode votar tudo isso. No caso do *Liquid Feedback* dos Piratas, um processo de votação acontece da seguinte maneira: os usuários podem enviar propostas sobre temas, e as iniciativas podem ser indicadas. Se for atingido um determinado número de apoiadores, uma determinada iniciativa entra na fase de discussão, onde iniciadores e apoiadores discutem e elaboram um *feedback*, além de sugestões e alternativas. Em seguida, a iniciativa, caso tenha sido alcançado um segundo quórum estabelecido, passa à fase de votação. Antes disso tem início uma fase de congelamento, em que não se pode mais fazer nenhuma alteração. Na votação, um indivíduo pode delegar o próprio voto. Um detalhe importante na *Liquid Democracy* é que cada participante tem a liberdade de decidir se quer defender pessoalmente os seus interesses ou delegar essa tarefa a uma outra pessoa. Saliente-se que a delegação de votos pode ser revogada a qualquer momento.

TODO COMEÇO É DIFÍCIL: AS DORES DO PARTO DA LIQUID DEMOCRACY

Em condições reais, o princípio da *Liquid Democracy* ainda não está funcionando tão bem quanto desejado. Durante a Comissão de Inquérito pela internet, a participação mostrou-se pequena; da mesma forma, no projeto inovador dos Piratas, no máximo um terço de todos os membros possui atualmente uma conta desbloqueada. Apenas sob determinadas condições, ainda se pode inferir algo sobre a verdadeira atividade na plataforma *Liquid Feedback*. Já se pôde constatar diversas vezes que, embora a taxa de participação em atividades tenha aumentado um pouco antes da realização de importantes eventos, como convenções partidárias, em seguida ela voltou a cair para um nível baixo. Atualmente está sendo preparada uma avaliação da ferramenta *Liquid Feedback*. Mas ainda não se chegou ao fim da discussão sobre o caráter vinculativo que os resultados das votações do *Liquid Feedback* deverão ter em relação aos detentores de mandatos políticos. Na esfera federal, os Piratas tratam as votações virtuais oficialmente como instrumentos não-vinculativos de formação de opinião. As associações estaduais, por seu turno, recorrem ao

Liquid Feedback com diferentes graus de intensidade. Os Piratas de Berlim utilizam intensivamente o *Liquid Feedback* e encorajam, em seus estatutos, os órgãos do partido a implementar prioritariamente os resultados das votações virtuais pela plataforma *Liquid Feedback*. Em contrapartida, os seus amigos de partido no estado de Baden-Württemberg até agora têm prescindido totalmente do uso do *Liquid Feedback* na esfera estadual.

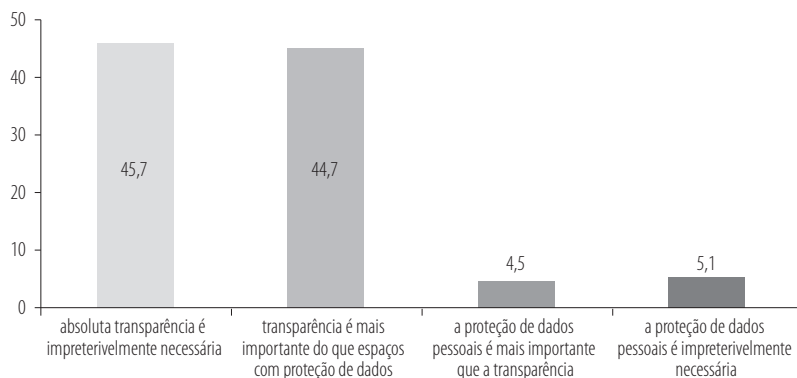
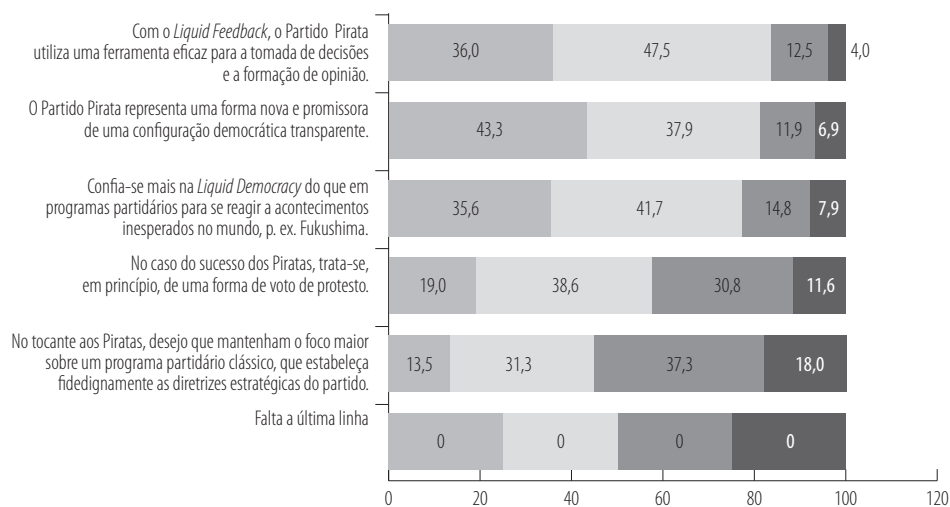
Independentemente do seu uso no Partido Pirata, existe uma ressalva geral que é feita em relação ao conceito do *Liquid Feedback*: muitas cidadãs e muitos cidadãos não possuem ou não querem ter um acesso à internet. Assim sendo, quem domina a formação da opinião política são aqueles indivíduos que têm afinidade com a tecnologia da informática e que conseguem tempo para participar. Esta é uma objeção que deve ser levada a sério. Prevê-se que, no mais tardar dentro de mais uma geração, o número de usuários da internet haverá aumentado tanto a ponto de se poder falar de um uso realmente extensivo do espaço virtual. E será que uma democracia partidária realmente não beneficia aqueles que conjugam tempo e vontade para participar do trabalho em prol do partido? Vale ressaltar que a motivação dos atuais usuários da internet em participar será fortalecida através da nova forma de participação. Exemplos colhidos na escola e na universidade apontam que o interesse e a participação crescem tanto mais fortemente quanto menores forem as barreiras de acesso. Por meio do *Liquid Feedback*, será possível reagir de maneira direta a evoluções geradas no setor político. Por outro lado, isso provoca o temor de que decisões políticas venham a ser distorcidas através de votações em curto prazo. Tal fato também se traduz em uma preocupação justificada. Para amortecê-la, o princípio do *Liquid Feedback* prevê prazos mínimos nos processos de votação. Além disso, lembre-se que políticos profissionais também correm o risco de reagir a alterações de humor ocorridas em curto prazo. Não está claro, todavia, de que modo o direito de voto livre, universal, direto e secreto poderá ser implementado sem possibilidades de interferências e riscos de manipulação técnica por intermédio de terceiros. Igualmente aberta permanece a questão sobre quando a transparência faz sentido nas votações, e em que casos deveriam ser realizadas votações secretas.

Apesar dessas dores do parto, a *Liquid Democracy* pode tornar-se um formato interessante visando a mais participação em processos político-decisórios. A questão a ser colocada não deveria ser sobre os pontos fracos que esse formato venha a apresentar. A pergunta deveria abordar as oportunidades que esse novo conceito oferece e como os pontos fracos detectados poderiam ser eliminados. Através da *Liquid Democracy*, possibilitam-se tomadas de decisão

e processos decisórios conforme temáticas específicas, para além dos programas partidários ou de acordos entre partidos de uma coligação. Além disso, qualquer pessoa pode dar início a propostas de alteração independentemente de um processo burocrático de petição. A *Liquid Democracy* propicia uma participação imediata em processos político-decisórios fora dos prazos dos pleitos eleitorais. Nesse sentido, cada pessoa pode também determinar, ela mesma, o seu grau de participação política. Um ponto a mais na *Liquid Democracy* é que a crítica a requerimentos já existentes fica vinculada a alternativas ou propostas de melhoria. Até o momento da votação, conversas pessoais não devem ser substituídas por um intercâmbio virtual de ideias, mas sim, no melhor dos casos, fomentadas. Nesses discursos, pode-se desenvolver, em relação ao respectivo motor da votação a ser realizada, um potencial criativo que, numa democracia inteligente e apta a aprender rápido, também pode influenciar diretamente no resultado da votação. Desta maneira, a *Liquid Democracy* é uma grande chance para todos os que se interessam pela participação cidadã. Não é de se admirar que firmas como a Synaxon AG hoje em dia já tomam decisões administrativas com a ajuda de seus funcionários, que recorrem ao *Liquid Feedback* visando a aproveitar as informações e os conhecimentos específicos dos recursos humanos existentes nas próprias empresas.

TRANSPARÊNCIA E PROTEÇÃO DE DADOS: OPINIÕES SOBRE A LIQUID DEMOCRACY E OS PIRATAS

No que pesem todas as dificuldades e objeções atualmente existentes em relação aos Piratas e ao seu *Liquid Feedback* como solução técnica para a implementação da *Liquid Democracy*, a ideia básica deste novo conceito goza de uma boa avaliação por parte dos usuários ativos na internet. Em seu atual estudo “Mentalidade Digital II”, o Instituto de Desenvolvimento Estratégico (IFSE) examinou mais uma vez as opiniões dos chamados internautas ativos. Esse estudo será publicado no outono europeu de 2012, mas aqui já serão antecipados alguns dos seus resultados. Para a análise das opiniões dos internautas ativos, foi realizada, entre abril e maio deste ano, uma ampla pesquisa *on-line*, através da qual foram contatadas principalmente pessoas que têm muita afinidade com a internet e que a usam intensivamente. Os internautas ativos se interessam por cultura e tecnologia e mostram-se ativos em todas as áreas da convivência social, tanto quando se encontram *on-line* quanto *off-line*. Esse grupo preza muito a transparência em processos de decisões políticas e econômicas, como se pode depreender do gráfico a seguir.

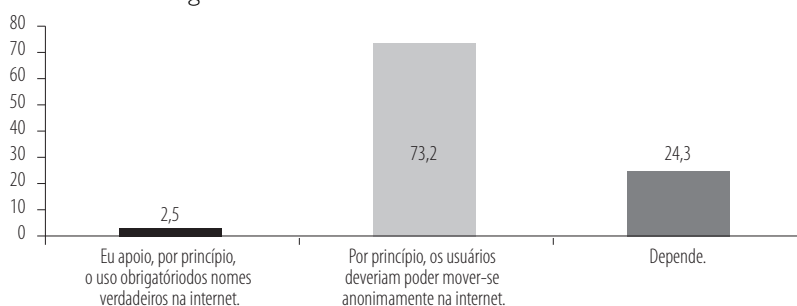
Gráfico 1. Em processos de decisões políticas e econômicas ...**Gráfico 2.** Opiniões de internautas ativos acerca de afirmações sobre os Piratas (em % referentes aos internautas ativos)

Os Piratas representam essa transparência. Aproximadamente 81% das pessoas consultadas foram capazes de seguir a tendência de afirmar que o Partido Pirata representa uma “forma nova e promissora de configuração democrática transparente”. Ademais, 58% das pessoas indagadas opinaram que o sucesso do Partido Pirata também poderia ser interpretado como um voto de protesto. Juntos, esses resultados estão em consonância com o entendimento de que os Piratas, ao utilizarem uma configuração inovadora de processos de participação, estão conseguindo dirigir-se aos eleitores que se encontram dis-

tanciados do atual sistema político. Uma grande maioria das pessoas consultadas (77%) considera o conceito da *Liquid Democracy* mais confiável do que programas de partidos, uma vez que ele permite que se reaja flexivelmente a situações políticas problemáticas. De maneira equivalente, apenas uma pequena minoria (45%) compartilha o desejo de que os Piratas tenham um programa partidário clássico. Somente 36% opinaram que o emprego do *Liquid Feedback* num partido significaria que este não merece confiança. A contrapelo, o software em questão é avaliado por uma maioria acachapante (83%) como um instrumento eficaz para a formação de opinião e a tomada de decisão.

No estudo do IFSE, ao serem indagados sobre como se posicionam com relação ao uso obrigatório do nome verdadeiro, ou seja, uso do prenome e do sobrenome na internet, 73% afirmaram que teria de prevalecer a possibilidade elementar da anonimidade. Esta porcentagem faz referência à difícil situação de partida para um dos principais debates ao se usar a *Liquid Democracy*, ou seja, o anonimato e a proteção dos dados pessoais em oposição à transparência através do uso do nome verdadeiro. Um dia teremos de solucionar essa contradição, e isto talvez venha a acontecer, por exemplo, quando o princípio da *Liquid Democracy* vier a ser adotado em votações na esfera federal. O uso dos nomes verdadeiros excluiria toda e qualquer possibilidade de manipulação, mas, através disso, todos os dados dos eleitores ficariam abertos à consulta pública. Assim se violaria um ideal democrático, ao qual cabe salvaguardar a livre decisão e a livre expressão de minorias diante de repressões.

Gráfico 3. Qual a sua opinião sobre o debate em torno do uso obrigatório do nome verdadeiro na internet?



Pode-se ver como esse debate ainda se tornará complexo através dos seguintes números: entre os apoiadores de uma anonimidade por princípio, 51% igualmente opinaram que é necessário haver absoluta transparência em processos de decisões políticas e econômicas. Para outros 44%, transparência

é, em todo caso, mais importante do que espaços protegidos. Esses resultados fornecem algumas indicações sobre os posicionamentos assumidos pela clientela política potencial dos Piratas e dos apoiadores da *Liquid Democracy*. Enquanto os internautas ativos, por um lado, pedem transparência, eles também exigem, por outro lado, anonimato e proteção dos dados pessoais. Trata-se de um conflito com que o Partido Pirata já se viu às voltas ao usar o *Liquid Feedback*. Caso queiramos refletir sobre o princípio da *Liquid Democracy* para além da sua aplicação no interior de um partido, isto é, como alternativa ou complementação da democracia representativa através de representantes de partidos em parlamentos, será então necessário debatermos essas questões com o conjunto da sociedade. Porém, não é preciso que tudo aconteça ao mesmo tempo. Atualmente, a *Liquid Democracy* pode ser averiguada de modo excelente em micro-experimentos: em empresas e organizações sem fins lucrativos, associações e clubes, podem-se fazer experiências para detectar quais são as chances e, quiçá, os limites dessa forma direta de participação. E se algum dia ela for transposta de forma geral para toda a esfera política, resolver-se-á, dependendo da situação dada, a suposta contradição entre exigência de transparência e proteção de dados pessoais. Um modo de abordar esse problema poderia ter a seguinte feição: para nós cidadãos a anonimidade na internet é um bem valioso. Afinal de contas, o direito a eleições secretas encontra-se garantido na Constituição Alemã (Art. 38). Por outro lado, exige-se um comportamento transparente da parte de políticos profissionais e de outros ocupantes de funções e cargos públicos. Determinante para a decisão sobre a anonimidade dentro do *Liquid Feedback* deverá ser cada contexto de uso que se fizer necessário. Até lá deveremos colher experiências com as novas possibilidades de participação democrática, onde quer que sejam necessárias. A *Liquid Democracy* talvez seja o impulso mais inovador para uma revitalização da nossa democracia que se tenha observado desde a ascensão dos Verdes como arautos da política sustentável e ecológica.

Hergen Wöbken trabalha como consultor de estratégias para organizações e tomadores de decisões oriundos das áreas empresarial, política e cultural. Formado em Economia e Filosofia, em 2003 fundou, em cooperação com a Universidade de Witten / Herdecke (Alemanha), o Instituto de Desenvolvimento Estratégico (IFSE). Com o IFSE, publicou, atendendo a uma solicitação da Microsoft, o estudo "Mentalidade Digital", que tinha como empenho uma nova maneira de lidar com os direitos autorais. Na qualidade de consultor, autor e professor universitário, há mais de dez anos Hergen Wöbke vem-se consagrando a questões teóricas e práticas em torno do binômio internet e sociedade.

DAVID MCKEEVER E MIKE RAPPORT

Em 17 de Dezembro de 2010 um mercador tunisiano chamado Mohamed Bouazizi ateou fogo em si mesmo, em protesto ao fechamento de seu estande pela polícia. Sua autoimolação desencadeou uma enorme quantidade de raiva reprimida pelo regime autoritário do governo, da polícia, e da elite política do país. Após um mês de protestos, o presidente Zine El Abidine Ben Ali, que havia governado o país por vinte e quatro anos, deixou o país em 14 de janeiro de 2011. As manifestações na Tunísia se espalharam por outros países árabes. Os egípcios se uniram contra Hosni Mubarak, e o epicentro de seus protestos na Praça Tahrir começou em 25 de janeiro e terminou com a renúncia do presidente em 11 de fevereiro, após trinta anos no poder e centenas de mortes. A primeira grande manifestação no Iêmen aconteceu em Sana'a em 27 de janeiro. Em uma semana o presidente Ali Abdullah Saleh, que havia governado por trinta e três anos, anunciou que se retiraria em 2013, mas isso não acalmou a oposição. A violência se intensificou e Saleh fugiu do país para a Arábia Saudita em 4 de junho (para tratamento médico depois de ser ferido num atentado a bomba), mas só renunciou ao poder formalmente em fevereiro de 2012. Na Líbia, os protestos começaram no leste do país em 15 de fevereiro e a resposta brutal do coronel Gaddafi deu início a uma guerra civil, uma intervenção aérea pela OTAN, a queda de Trípoli por rebeldes em 21 de agosto e a execução sumária de Gaddafi em Sirte em 20 de outubro. A dinastia Al-Khalifa em Bahrein estremeceu quando manifestantes foram às ruas em 14 de fevereiro, mas resistiu

com a ajuda de tropas enviadas pelos sauditas e outros países do golfo. A guerra civil que ainda há – e cresce – na Síria começou em 18 de março de 2011, quando forças do governo atiraram e mataram manifestantes em Daraa, desencadeando uma rebelião contra o regime Baathista de Bashir al-Assad. Estes foram apenas alguns dos acontecimentos mais marcantes que ocorreram no Oriente Médio durante a ‘Primavera Árabe’, ou ‘Despertar Árabe’. Houve protestos em outros países árabes, como Marrocos, Argélia e Jordânia, Omã e Líbano, mas também em países não-árabes, como Sudão, Irã e Mauritânia. Os observadores se chocam não apenas pelos fatores comuns e interligações por trás dos protestos, mas também pela absoluta rapidez com que se espalharam por fronteiras políticas, assim como a capacidade da oposição em todos os países de se envolver para mobilizar e manter amplas coalizões contra os regimes existentes. Paralelos foram traçados entre as revoluções de 1989 na Europa Central e Oriental e, menos obviamente (porque não está na memória viva), as revoluções europeias de 1848.

Em 1848, o desafio revolucionário surgiu contra os sistemas monarquistas e autoritários que, como nos países árabes, haviam dominado a Europa por muitos anos, desde a queda de Napoleão Bonaparte em 1815. As Revoluções de 1848 romperam dramaticamente a barreira conservadora que mantinha liberais e nacionalistas mais ou menos sob controle por mais de uma geração. Porém, os revolucionários de 1848, em contraste com os de 2011, só foram bem-sucedidos por pouco tempo, já que os velhos regimes conseguiram retaliar com surpreendente rapidez e êxito.

Mas o que espantou os contemporâneos de 1848, assim como em 2011, foi a velocidade com que as revoluções se espalharam de um lugar a outro e a rapidez com que o velho regime se dobrou e se rendeu à pressão. Os primeiros focos ocorreram na Itália, com uma insurreição que começou em 12 de janeiro em Palermo, alastrando-se para Nápoles em 27 de janeiro e depois rumo ao norte, chegando a Turim em 8 de fevereiro e Florença três dias depois. Contudo, o grande epicentro foi Paris, por conta de sua já tradicional associação com a revolução. A capital francesa explodiu em violência entre 22 e 24 de fevereiro, derrubando a monarquia e estabelecendo a Segunda República Francesa. Quando a notícia cruzou o Reno, houve manifestações em Baden a partir de 27 de fevereiro que se espalharam pela Alemanha: a Assembleia Heidelberg se reuniu em 5 de março para criar as bases do parlamento alemão que se reuniria em Frankfurt. As revoluções chegaram até ao Império Habsburgo e sua capital Viena, onde um dos grandes criadores da ordem pós-napoleônica, Klemens von Metternich, havia exercido domínio

como Ministro de Relações Exteriores e depois como Chanceler desde 1809. Os protestos ressoaram em Praga em 11 de março, mas a onda revolucionária ganhou novo fôlego mesmo com a rebelião em Viena, trazendo o que havia sido impensável para a maioria das pessoas por quase quarenta anos: a queda de Metternich no dia 13 de março. As ondas de choque dos eventos em Viena desencadearam outras revoluções dentro do Império Habsburgo – em Budapeste em 15 de março, na Milão governada pela Áustria três dias depois e Veneza em 22 de março. Os acontecimentos em Viena também repercutiram de volta na Alemanha: Berlim, a capital prussiana, foi destruída por uma das mais sangrentas destas insurreições, a ‘Primavera dos Povos’, em 15 de março. Nestes lugares, os liberais tomaram o poder, ou derrubando a velha ordem por completo (como em Palermo, Paris, Milão e Veneza), ou forçando os governantes vigentes a designar governos liberais com a promessa de ampla reforma. Constituições teriam que ser instituídas onde não existiam, ou emendadas onde já vigorassem. Liberdades civis seriam garantidas. Em países sob domínio estrangeiro (norte da Itália, Polônia e Romênia), ou onde grupos étnicos se dividiam em políticas diferentes (Alemanha e novamente Itália, Polônia e Romênia), os liberais almejavam nada menos que a liberação e a unificação nacionais.

Duas das mais marcantes semelhanças entre as duas ondas revolucionárias de 1848 e 2011 foram, portanto, a velocidade com que se espalharam pelas fronteiras e seu sucesso geral em mobilizar a oposição à ordem estabelecida dentro dos países afetados. Em ambos os casos, comentaristas e analistas consideram vários fatores e diferentes causas de longo e curto prazo, mas também debatem quão importante foi a contribuição das comunicações modernas para o sucesso das revoluções. Ninguém contesta que, nas Revoluções Árabes (assim como em rebeliões ou protestos anteriores, como os protestos da eleição no Irã em 2009), os participantes fizeram uso eficaz de telefones celulares, Twitter e Facebook, enquanto redes internacionais como a Al-Jazeera transmitia imagens e notícias das revoluções para territórios internacionais. Em 1848, claro, nenhuma dessas formas instantâneas de comunicação existia, mas para seus contemporâneos tiveram tanto impacto quanto elas as máquinas de vapor, na figura dos motores ferroviários, barcos e navios a vapor, mas também (embora em escala bem menor), o telégrafo.

Contudo, mesmo quando as revoluções de 2011 ainda estavam ganhando força, muitos analistas já alertavam contra a atribuição de poder explicativo em excesso ao papel das comunicações. Charles Ragin frisou em 1987 que fenômenos sociais complexos não têm uma única causa, mas muitas delas, que

só funcionam conjuntamente.¹ Isto claramente se aplica a 2011: Tecnologia de mídia e comunicação por si só nunca é suficiente para fazer uma revolução. Nenhum historiador defendeu que a revolução de 1848 foi *causada* pela (relativa) velocidade das comunicações. Ethan Zuckerman, refletindo sobre a ‘Revolução do Twitter’ no *Foreign Policy* em 14 de janeiro de 2011, alerta que “qualquer tentativa de creditar uma enorme mudança política a um único fator – tecnológico, econômico, ou qualquer outro – é simplesmente falsa. Os tunisianos foram às ruas devido a décadas de frustração, não em reação a um *post* do WikiLeaks, um ataque de negação de serviço, ou um *update* do Facebook”.²

De forma semelhante, em 1848 a notícia das revoluções em Paris, Viena ou em outros lugares muito dificilmente desencadeou a revolução *imediatamente*. O que as notícias fizeram foi inspirar e encorajar a criação das condições psicológicas e morais em que a mudança de repente parecesse possível. Consequentemente, as notícias tendiam a incentivar a pressão dos grupos de oposição, por vezes agindo dentro de canais legais ou quase legais a princípio, de modo a persuadir os governos vigentes a fazer concessões, exatamente para evitar a cascata revolucionária que parecia iminente. Estas eram amparadas por petições, manifestações ou marchas nas ruas, mas os estopins que transformaram os protestos em revolução violenta foram localizados: um mal-entendido entre os manifestantes e as forças de ordem (em Viena); uma rajada de tiros disparada por soldados nervosos (em Paris); ou os empurrões entre militares e civis que liberaram antigas tensões (em Berlim). Portanto, a propagação das notícias de revolução de um lugar a outro incitou o protesto político, mas dificilmente foi a fagulha que imediatamente converteu os protestos em revolução violenta. De fato, a rápida propagação das notícias teve efeito em situações já bem equilibradas, preparando tanto as autoridades quanto a oposição para agir. Mas, se o resultado seria pacífico ou violento, se traria reformas do próprio governo ou uma mudança revolucionária vinda ‘de baixo’, tudo dependia de uma série de outros fatores, tanto contingentes quanto estruturais, de curto e longo prazo.

Um modelo similar foi surgindo no mundo árabe. Primeiro, a revolução tunisiana foi acesa pela chama da autoimolação de Mohammed Bouazizi. A notícia do êxito da rebelião na Tunísia, por sua vez, inspirou os egípcios a se

1 C. Ragin *O Método Comparativo: Além das Estratégias Qualitativas e Quantitativas* (Califórnia: Editora Universidade da Califórnia, 1987).

2 E. Zuckerman, ‘A Primeira Revolução do Twitter?’ *Foreign Policy* 14 de janeiro de 2011 (http://www.foreignpolicy.com/articles/2011/01/14/the_first_twitter_revolution?page=0,1).

manifestarem na Praça Tahrir. Protestos contra a brutalidade da polícia foram programados para 25 de janeiro, mas ninguém, sobretudo os ativistas-organizadores, previu o que estava para acontecer.³ Na Líbia e na Síria os manifestantes tomaram caminhos parecidos, mas logo deram uma trágica guinada em direção à guerra civil. Em outros lugares da região os protestos tiveram resultados diversos. Assim como em 1848, as notícias encorajaram os protestos, mas a oportunidade, ao que parece, trouxe a rebelião.

A oportunidade, porém, é o oposto da explicação. Se fôssemos responder ‘a oportunidade’ para a pergunta ‘O que causou as revoluções árabes?’, estaríamos bem distantes de uma resposta. Na verdade, é bastante razoável considerarmos a redução de contingência como o principal objetivo da pesquisa social (se não histórica). Se fôssemos investigar o papel das redes sociais nas Revoluções de 2011, veríamos que a tecnologia explica *como* elas aconteceram, mas não necessariamente *por que* aconteceram. 1848 e 2011 demonstram que a tecnologia pode, em determinadas circunstâncias, *interagir* com tensões sociais e políticas pré-existentes para provocar uma mudança radical na distribuição de poder entre o Estado e seus cidadãos.

A tecnologia usada em 1848 era diversificada: a de maior impacto, por ser a mais rápida, era o telégrafo, mas a rede europeia ainda era bem restrita: há uma história que diz que, depois das revoluções de 1848, a Reuters usou pombos-correios para fazer as conexões entre as estações de telégrafo e os terminais ferroviários. Parece haver apenas uma ocasião em que o telégrafo propagou notícias de uma capital europeia a outra – e que não desencadeou uma revolução neste caso: na verdade, o telegrama em questão foi enviado pelo banqueiro Salomon Rothschild para Metternich. A mensagem alertava Metternich sobre a queda da monarquia francesa em Paris em 24 de fevereiro de 1848. Mas a rede europeia era tão fragmentária que a mensagem só chegou a Metternich em Viena às 5 da tarde de 29 de fevereiro – ou seja, cinco dias depois, apenas um dia antes do resto da população da cidade saber dos dramáticos eventos parisienses pela fonte mais tradicional – os jornais. Uma forma mais difundida de tecnologia – e certamente mais decisiva na divulgação da revolução de um país a outro – era as máquinas a vapor, ou seja, trens e barcos fluviais. Ambos foram usados em 1848 para transmitir notícias e transportar intervenientes políticos ao local da ação. A onda inicial da revolução de 1848 foi impulsionada em grande parte por máquinas a vapor. Para citar um dos casos mais expressivos, a notícia da queda de Metternich em Viena em 13 de

3 W. Ghonim, *Revolução 2.0* (Nova Iorque: Fourth Estate, 2012)

março chegou em Budapeste no dia 14, levada pelo barco a vapor com rodas de pás que frequentemente percorria o Danúbio saindo de Viena. A notícia chegou de trem a Praga em 15 de março, Berlim no dia 16 e Milão no dia 17. Veneza também soube do ocorrido em 17 de março, através do navio Lloyd Line que havia saído de Trieste. As redes ferroviárias e fluviais da Europa eram tão desconectadas que ainda levava vários dias para a notícia chegar às cidades, mas a questão essencial é que, embora pelos padrões de 2011 essa disseminação da notícia pareça lenta, na primeira metade do século dezenove ela era estonteante.

Então as revoluções foram certamente interconectadas pela tecnologia: a rápida propagação de notícias de um epicentro a outro parece ter encorajado engajamento e ações políticas. Todavia, tendo em mente que o que importa nessas situações revolucionárias não é somente a tecnologia, mas como ela se relaciona a uma crise social mais profunda, então talvez o uso mais significativo das máquinas a vapor não fosse para meios de transporte, e sim para uma outra forma de comunicação e engajamento social mais duradouros.

Num artigo interessante sobre o papel dos meios de comunicação na Revolução Árabe, Ramesh Srinivasan argumenta que o foco na tecnologia ignora um fator de maior peso nos acontecimentos de 2011, dizendo que ‘sinergias são criadas entre classes para que se mobilizem como uma rede, sem depender das mídias sociais. No Egito, essas redes podem incluir ligações familiares, vizinhanças, mesquitas e instituições históricas, como a anteriormente banida Irmandade Muçulmana. As novas tecnologias dificilmente desgastam ou oprimem estas formas clássicas de comunicação e compartilhamento de informação.’⁴ Srinivasan não está sozinho. Sua análise ecoa a de vários analistas e estudiosos. A visão oposta é mais difundida, surpreendentemente, entre os próprios revolucionários. Wael Ghonim, provavelmente o mais bem-sucedido ativista da revolução no Facebook, ganhou fama ao comentar que ‘Se você quer liberar uma sociedade, dê a ela a Internet.’⁵ Se isto é ou não uma simples hipérbole não vem ao caso. Há uma certa disparidade entre o que analistas acham que aconteceu e o que os participantes nos dizem. Isto é em parte alimentado por um buraco negro empírico que é inevitável em acontecimentos tão recentes. Os poucos dados de que dispomos parecem corroborar a ideia

4 R. Srinivasan, ‘Londres, Egito e a natureza da mídia social’, *Washington Post* 11 de agosto de 2011. (http://www.washingtonpost.com/national/on-innovations/london-egypt-and-the-complex-roleof-social-media/2011/08/11/gIQAloud8L_print.html).

5 CNN Newsroom, 11 de fevereiro de 2011. ‘Egyptian activist, Wael Ghonim ‘Facebook to thank for freedom’ YouTube (http://www.youtube.com/watch?v=JS4-d_Edius)

de que as mídias sociais tiveram tanta importância, e de forma semelhante, em 2011 quanto em 1848 para os manifestantes. A informação mais confiável que temos sobre o uso da mídia nas rebeliões árabes vem do Tahrir Data Project, uma pesquisa de massa feita na Praça Tahrir durante os dezoito dias da rebelião egípcia. O estudo concluiu que, de todas as tecnologias de comunicação imagináveis, o Facebook era o terceiro mais usado por manifestantes, atrás da televisão e de conversas, respectivamente. A causa mais comum que os entrevistados apresentaram a favor de assistir à televisão ou ouvir o rádio foi que eles não tinham acesso a outros meios. Apesar disso, manifestantes disseram que confiavam mais nas redes sociais do que na mídia tradicional, já que a imprensa, a televisão e o rádio estavam sob o controle do Estado.⁶

Contudo, como o especialista na relação entre movimentos sociais e tecnologia Mario Diani defende, 'a tecnologia interage com outros fatores para moldar padrões de ação coletiva. Dentre estes fatores estão sem dúvida as definições de relacionamento nas quais os manifestantes se inserem, e que são ao mesmo tempo criadas ou reformuladas pelo desencadeamento das ações coletivas'.⁷ Em outras palavras, a tecnologia pode ajudar a mobilizar e agregar as pessoas em um movimento político, mas laços sociais e culturais mais antigos criam as redes e organizações duradouras que podem *manter* a resistência às forças de ordem: em 2011, foi notório o papel que as orações de Jumu'ah tiveram em mobilizar manifestantes na Praça Tahrir. Em 1848, as formas de convivência incluíam clubes (como o aristocrático Jóquei Clube de Milão, uma imitação do clube tipicamente britânico); associações de tiro e de ginástica (85 mil membros em 250 sucursais na Alemanha em 1847); grupos de corais (100 mil membros na Alemanha); cafés (o Café Pilvax em Budapeste era o refúgio dos radicais magiares), mas também alianças de artesãos, grupos de auto-aperfeiçoamento de trabalhadores, assim como oficinas, mercados e bairros. É significativo que, mesmo numa cidade com passado tão revolucionário como Paris, a maioria dos insurgentes da classe trabalhadora tenham respondido, quando questionados depois, que tivessem lutado para defender suas vizinhanças, antes de mais nada.

A ação coletiva de 1848, portanto, assim como em 2011, foi formada por uma combinação de organizações da sociedade civil e das normas cotidianas das relações comunitárias. O primeiro fator, em especial, mesmo quando for-

6 Wilson and Dunn, 'Mídia Digital na Revolução Egípcia: Análise Descritiva dos Conjuntos de Dados de Tahrir', *International Journal of Communications*, 5 (2011), p.1254-9

7 M. Diani, 'Redes e Internet em Perspectiva', *Swiss Political Science Review*, vol. 17, no 4 (2011), p. 469.

temente policiado e censurado, dava espaço para que ideias políticas e sociais pudessem ser discutidas, mesmo que veladas por segurança por trás de metáforas e linguagem opaca. Estes desenvolvimentos resultaram no aumento de ‘públicos críticos’ pela Europa, públicos que desempenharam um papel análogo ao da juventude de alta educação mas fortemente censurada nos países árabes em 2011. Tanto na Europa antes de 1848 quanto nos países árabes antes de 2011, estes foram públicos críticos que quase sempre eram excluídos de participação formal no quadro político legal. Calcula-se que, para cada parisiense com direito a voto nas eleições parlamentares anteriores a 1848, havia *vinete* que assinavam um jornal. Esta impressionante estatística expõe as limitações da velha ordem e as possibilidades latentes de uma séria ruptura entre o Estado e a sociedade civil.

Todavia, a própria expansão da sociedade civil, que abriu formas de ação política a uma fatia mais abrangente da sociedade, foi *certamente* possível graças a certos avanços tecnológicos. A tecnologia não era necessariamente um trem veloz ou um barco a vapor, mas o vapor aplicado de outra maneira – na impressão. Em 1811, o tipógrafo alemão baseado em Londres, Friedrich Koenig e seu parceiro, o engenheiro Andreas Bauer, produziram um prelo notável por dois motivos: primeiro porque usava vapor, segundo porque permitia que o texto fosse impresso a partir de cilindros, em vez do movimento para cima e para baixo da antiga imprensa plana. Isso significou que os textos e imagens pudessem ser produzidos muito mais rapidamente – e de forma mais barata – que antes. O *Times* de Londres fez o primeiro uso comercial desta tecnologia no fim de 1814, e descobriu-se que a máquina podia produzir nada menos que 1.100 páginas por hora. Depois que se desenvolveu um meio de imprimir ambos os lados de uma folha ao mesmo tempo, um passo significativo havia sido dado na evolução dos meios de comunicação de massa, tanto em jornais quanto em livros.⁸ Olhando com visão retrospectiva para 1848, se alguma coisa marcou a inovação tecnológica essencial que começou a mudar a relação entre o Estado e a sociedade civil, foi esta descoberta, mais que as comunicações de alta velocidade dos trens ou barcos a vapor.

Não precisamos ir muito longe para achar um paralelo tecnológico para 2011. A impressão a vapor se parece, nesta perspectiva, com uma retuitada primitiva. Os autores do estudo *Tabrir Data Project* criaram um termo que capta esta ideia de compartilhar informações, *relay* (retransmissão). Dos

8 H. Bolza, ‘Friedrich Koenig und die Erfindung der Druckmaschine’, *Technikgeschichte*, vol. 34, no. 1 (1967), p. 79–89.

usuários e consumidores de todas as formas de mídias sociais (uma lista que inclui leitores de jornal, ouvintes de rádio, espectadores de televisão, além dos que usam Facebook, Twitter, SMS, etc.), *todos* os entrevistados disseram retransmitir alguma informação. Destes, Facebook, Twitter e conversas foram os meios mais comuns de retransmissão de informação.⁹ Em 2011, o desafio para ativistas online era de converter o ativismo de Facebook em manifestação real. Essa função de retransmissão, a disseminação inexorável de informação, foi a contribuição mais decisiva que a tecnologia pôde trazer tanto para a limitação do Estado quanto para o crescimento da sociedade civil.

Por mais impressionante que esta conquista tenha sido, não foi o único fator crucial: dois outros desenvolvimentos foram essenciais. Primeiro, o material impresso em 1848 ou as comunicações eletrônicas em 2011 não poderiam existir sem uma demanda por eles, e aqui, de certo modo, os velhos regimes foram vítimas do seu próprio sucesso, já que proporcionaram uma expansão da educação e, no caso dos regimes árabes, do padrão de vida. O problema foi que, em ambos os casos, havia uma enorme restrição de oportunidades para aqueles cujas ambições e expectativas tinham sido estimuladas por estes desenvolvimentos. Na Europa de meados do século dezenove, Lenore O'Boyle argumentou que um problema estrutural fundamental surgiu porque havia um 'excesso de homens instruídos' – pessoas que eram habilitadas e intelectualmente bem-treinadas, mas nem o Estado nem a economia havia crescido o suficiente para dar oportunidades de uso destes atributos e realização de suas ambições.¹⁰ Nos países árabes, um desequilíbrio parecido aconteceu. Embora as taxas de crescimento durante a crise econômica mundial tenham diminuído, elas atingiram seu mínimo em 2009 em 3 por cento (Tunísia), 6% (Líbia) e 4,7% (Egito), e depois se recuperaram; na última década de governo de Mubarak, 9 por cento da população foi tirada da 'pobreza absoluta'. Mas nem todas as partes da sociedade se beneficiaram igualmente – e as pessoas que saíram em desvantagem foram os jovens da região: no início de 2011, o desemprego entre pessoas por volta dos vinte anos estava em 28 por cento no Egito, 30 por cento na Tunísia e desconcertantes 50 por cento no Iêmen.¹¹ Ou seja, os velhos regimes, tanto em 1848 quanto em 2011, criaram o pior dos dois mundos: ajudaram a educar a juventude, mas fracassaram em

9 Wilson and Dunn, op. cit, p. 1255.

10 L. O'Boyle, 'O Problema do Excesso de Homens Instruídos na Europa Ocidental, 1800-1850', *Journal of Modern History* XLII (1970).

11 P. Mason, *Por Que Elas Estão Por Toda A Parte: As Novas Revoluções Globais* (Londres e Nova Iorque: Verso, 2012), 119.

criar condições para que eles pudessem realizar suas ambições, ou pelo menos arrumar um emprego.

Ao mesmo tempo – e aqui está o segundo ponto –, enquanto eles tentavam restringir suas liberdades civis e renegar suas expressões políticas, tanto em 1848 quanto em 2011 cidadãos insatisfeitos acharam uma saída para suas energias culturais e políticas na forma de associações e sociabilidade dos tipos já mencionados. Embora a censura e a repressão existissem em quase toda a parte, havia meios de contorná-la – e em 2011, certamente, a internet foi essencial para isso. A ideia aqui é que foi o envolvimento mais duradouro com ideias, influências e dissidência que formou a oposição revolucionária. Isto foi o que aconteceu nos anos anteriores a 1848: no norte da Itália, por exemplo, discussões aparentemente inofensivas em congressos científicos achavam meios de evocar os símbolos de oposição ao governo austríaco. No congresso de Veneza em 1847, o nome do ícone liberal italiano do momento, o Papa Pio IX, era mencionado sempre que possível, enquanto palestrantes sobre agricultura tentavam frequentemente inserir a palavra ‘batata’ em suas discussões, já que era assim que os italianos se referiam aos soldados austríacos. Na Áustria de Metternich, a polícia responsável pela censura simplesmente não tinha pessoal suficiente para realizar todas as suas tarefas, que incluíam a abertura de cartas do exterior e a regulação de materiais impressos. Desse modo, material liberal às vezes passava pela rede e era lido nos clubes e sociedades intelectuais de Viena. Na França, a oposição republicana contornou a proibição oficial a encontros políticos promovendo banquetes no lugar: nenhum governo pode proibir a comida. Foi a polêmica em torno de um banquete planejado no distrito especialmente radical em torno do Panteão em Paris que provocou a situação revolucionária que finalmente derrubou a Monarquia de Julho em fevereiro de 1848. Às vezes, as pessoas que simplesmente publicavam eram condenadas: o governo tentou proibir uma caricatura que mostrava o rei Luís Felipe se transformando numa pera, uma brincadeira com sua fisionomia. Mas isso não trouxe nenhum benefício a eles, pois até crianças de rua de Paris – a encarnação viva do Gavroche de Victor Hugo – escreviam com giz ‘Poire’ nos muros e calçadas.

Em todos os lugares onde houve revolução em 1848, o espaço para atividades políticas e sociais se expandiu enormemente com o colapso da censura e do policiamento: em Paris, literalmente centenas de clubes políticos surgiram; milícias de cidadãos foram fundadas ou democratizadas: tanto em Viena quanto em Praga, os estudantes formaram ‘Legiões Acadêmicas’. Havia uma explosão na imprensa, em associações políticas e sindicatos. Embora em

nenhum lugar as mulheres tivessem direito ao voto, elas participavam nas políticas revolucionárias de outros modos, sobretudo oferecendo apoio logístico e médico nas barricadas, trabalhando como jornalistas revolucionárias (a mais famosa talvez seja George Sand) e organizando clubes políticos e sindicatos femininos.

Em 2011, durante a revolução, o Cairo testemunhou o enorme aumento de ‘Comitês Populares’ em 28 de janeiro, o dia do segundo grande protesto, conhecido como ‘dia de fúria’. Como disse um manifestante, “O dia 28 foi quando as pessoas perceberam, começando no final das orações de Jumu’ah até quando as pessoas se reuniram na Praça Tahrir à noite. Aquele processo de uma manifestação se transformando em revolução, e você vendo o declínio e a queda da polícia, aquilo foi espetacular. Estava claro que o fim havia começado. Acho que o dia 28 foi muito importante”.¹²

Este também foi o dia em que a polícia abandonou o Cairo repentinamente, as prisões foram abertas e os prisioneiros soltos para aterrorizar a população. Podemos especular o porquê destes acontecimentos, mas o que importa são as suas consequências. Em cada distrito do Cairo os cidadãos se organizaram em unidades autônomas, com governos e polícias próprios. Isto aconteceu no período de um dia e uma noite. Estas associações, sem precedentes no Egito autoritário, duraram pelo menos duas semanas até a renúncia de Mubarak. Algumas continuam funcionando parcialmente.¹³

1848 e 2011, portanto, representam aqueles momentos em que o tecido político existente foi dramaticamente perfurado, criando uma abertura pela qual um modo alternativo de organização da política e da sociedade pudesse surgir. Por alguns meses, o equilíbrio de poder mudou drasticamente do Estado para a sociedade civil. Esta, na verdade, é uma das definições de revolução: uma brusca, rápida porém decisiva mudança no poder político e na legitimidade política do Estado para a sociedade civil.

Esta definição tem suas falhas, mas também duas vantagens. Primeiro, define a revolução invariavelmente como ação vinda ‘de baixo’, já que a definição vem junto da necessidade de crescimento drástico da atividade cultural e política pelos indivíduos e organizações da esfera social. Desta maneira, ‘1776’

12 Universidade na Praça: Documentando a Revolução do Século XXI no Egito. Biblioteca de Livros Raros e Coleções Especiais, Universidade Americana do Cairo (<http://digital-collections.aucegypt.edu/cdm/singleitem/collection/p15795coll7/id/291/rec/10>)

13 Bremer, J, “Liderança e Ação Coletiva nos Comitês Populares do Egito: O Surgimento de Ativismo Cívico Autêntico na Ausência do Estado.” Trabalho apresentado na conferência inaugural da Africa Network da Sociedade Internacional para Pesquisa do Terceiro Setor (ISTR), Stellenbosch, África do Sul, Agosto de 2011.

e '1879' se qualificam como revoluções, devido ao aumento de atividade cultural e política e ao debate que a precedeu e a acompanhou, assim como a Revolução de Fevereiro na Rússia em 1917, mas o golpe bolchevique em outubro daquele ano não se qualifica, porque restabeleceu o poder centralizado ao Estado, que se tornou militar durante o período da Guerra Civil que se sucedeu. Na verdade, de acordo com esta definição, o golpe de outubro de 1917 foi uma contrarrevolução, já que decididamente devolveu o poder ao Estado, após oito meses de caos que levou o país inteiro à beira de um colapso. Segundo, como esse exemplo (assumidamente controverso) sugere, define uma revolução independentemente de sua associação política normal com a Esquerda, trazendo-a de volta a uma posição mais neutra. Logo, '1989' é definitivamente uma revolução porque, embora contrarie o conceito Marxista-Leninista de regime revolucionário, ela foi encorajada e depois expandiu amplamente o âmbito de atuação das estruturas da sociedade civil. A 'Revolução Nazista' a partir de 1933 não é uma revolução porque, embora tenha drasticamente reorganizado o Estado e a sociedade alemães, isso foi feito alterando o equilíbrio de poder fortemente em favor do Estado. Ela foi, portanto, uma contrarrevolução em oposição à liberdade política e cultural da República de Weimar que a precedeu. Na realidade, as Revoluções de 1848 e 2011 representam uma redistribuição de poder entre o governo e o povo, mas o povo organizado em sociedade civil, uma sociedade vibrante devido a um escopo diversificado de sociabilidade e atividade cultural. Em 2011, as mídias sociais foram talvez a forma mais marcante desta atividade, mas não a única.

Em 1848, porém, essa mudança foi temporária. Com a derrota final das revoluções no outono de 1849, a balança pesou de volta para o outro lado, mas isto ironicamente aconteceu com a ajuda dos instrumentos da sociedade civil e da própria comunicação. A sociedade civil e a tecnologia são 'veículos neutros', portanto monarcas e autoritários rapidamente se mobilizaram para adotá-los para uso próprio. A Prússia nos dá dois exemplos interessantes destas estruturas trabalhando em favor da ordem conservadora. Lá, o *Kreuzzeitung* se tornou popular porque combinava humor com duras análises políticas. Um de seus contribuintes mais prolíficos era Otto von Bismarck. Paralelamente, a Associação Pelo Rei e Pela Pátria recrutou por volta de 60.000 membros em 100 unidades pela Alemanha. Assim como os revolucionários podiam canalizar as energias e a capacidade de organização da sociedade civil e da palavra impressa, os conservadores também podiam.

É improvável que a história se repita, mesmo que aproximadamente. Mas a comparação histórica é justificada e benéfica. A mensagem que os defensores

da democracia no Oriente Médio deveriam tirar do passado é exatamente se organizar, se comunicar e disseminar por todos os meios disponíveis. Por outro lado, a tarefa analítica de explicar o papel do que hoje é chamado de ‘mídia social’ na revolução é arriscada. Ou ela é tanto causa quanto efeito (ou uma dimensão de ambos), ou é uma causa tão complexa que fica impossível discernir em qual direção aponta. Primeiro, as tecnologias de comunicação interagem com tensões sociais e políticas que são muito anteriores ao conflito. Segundo, por consequência, as comunicações facilitam uma transferência tanto de poder político quanto de legitimidade do Estado para a sociedade civil. A indeterminância do papel das comunicações, e sua aparente flexibilidade, é uma bagunçada realidade empírica conhecida pelos cientistas sociais como ‘variação endógena’. As tecnologias de comunicação não são um fator externo, exógeno, recaindo sobre o curso da história, e sim são internos, endógenos à própria revolução.

As evidências do Cairo e de outros lugares são animadoras. A micro-sociedade da Praça Tahrir com seu próprio fornecimento de alimentos, assistência médica, limpeza e tantos outros, simboliza de várias maneiras o curso intensivo em engajamento cívico e político sendo realizado amplamente na região. Karl Polanyi notou que, durante a Revolução Industrial na Grã-Bretanha, o Estado pareceu atinar para o fato de que a sociedade existe: ele a chamou de ‘descoberta da sociedade’. Ela era separada do Estado, mas não subordinada a ele. Daquele ponto em diante, o governo não podia mais ‘dominar’ a sociedade, mas apenas tentar nela interferir quando e onde possível. Isto, de acordo com Polanyi, foi a ‘grande transformação’ da Revolução Industrial.¹⁴ Algo parecido com isto aconteceu na Europa em 1848. Talvez seja isto que esteja acontecendo hoje no Oriente Médio?

14 K. Polanyi, *A Grande Transformação* (Boston: Beacon, 1967) p. 128,129

Mike Rapport (nascido em Nova Iorque em 1967) é formado em História pela Universidade de Edimburgo, na Escócia, e fez o seu doutorado na Universidade de Bristol, Inglaterra. Após ter ensinado História Européia na Universidade de Stirling, na Escócia, por 17 anos, ele trabalha agora como professor na mesma área na Universidade de Glasgow, também na Escócia. O senhor Rapport é especializado no tema da Revolução Francesa. Entre outras obras, ele escreveu: "Nacionalidade e Cidadania na França Revolucionária: O Tratamento dos Estrangeiros, 1789-1799" (Oxford University Press, 2000), "Europa do Século XIX, 1789-1914" (Palgrave, 2005) e "1848: Ano da Revolução" (Little, Brown, 2008). Ele vive em Stirling, com a sua esposa e sua filha.

David McKeever é cientista social e pesquisador pós-graduado na Universidade de Stirling. Em particular, ele está pesquisando sobre resistência pacifista no processo de mudança de um regime. Os seus principais interesses de investigação incidem sobre a área de disputas políticas em sistemas políticos não-democráticos; revoluções e guerras civis, bem como de que maneira a ideia de discurso nos ajuda a entender melhor sobre resistência e hegemonia.

BERNARDO GUTIÉRREZ

Ativistas com mentalidade hacker. Ideologia preparada em Rede. Nós independentes e interconectados. Sem hierarquias nem líderes. Inteligência coletiva em tempo real. O Anonymous revolucionou o planeta com seu ataque antissistema e seus métodos subterrâneos. E o Anonymous, uma nova identidade coletiva, libertária e solidária, continuará dando o que falar. Mas quem se esconde atrás do ícone do Anonymous, a máscara branca inspirada em um anarquista inglês do século XVII?

No final de janeiro do ano de 2008, um vídeo aparentemente irrelevante foi publicado na plataforma YouTube. Em *Message to Scientology* (1), montagem de apenas dois minutos, um até então pouco conhecido coletivo autodenominado *Anonymous* declarava guerra à Igreja da Cientologia. Com um fundo de nimbos negros transitando em câmera rápida pelo céu, uma voz neutra e metálica ia argumentando uma declaração que parecia bélica: “Ao longo dos anos estivemos observando vocês. O Anonymous decidiu que a sua organização deve ser destruída”. Ao final do misterioso vídeo, com os nimbos acelerados sobre uma cidade, são pronunciadas cinco frases que passaram para a história: “O conhecimento é livre. Somos o Anonymous. Somos legião. Não perdoamos. Não esquecemos. Esperem por nós”.

O vídeo não nasceu de um dia para o outro. Não era uma criação espontânea. O vídeo no qual pela primeira vez na história o Anonymous fez a sua aparição era uma reação a uma série de fatos. Em janeiro, a Igreja da Cientologia havia pedido ao YouTube a retirada de um vídeo com uma entrevista de

um membro ilustre (Tom Cruise), por violação de *copyright*. A defesa radical do *copyright* em um território teoricamente coletivo, YouTube, enfureceu muitos internautas. E o Anonymous – que ainda não era mais do que uma palavra – não demorou em lançar uma série de ataques cibernéticos contra a Igreja. Nascia o seu projeto *Chanalogy*. Em dois de fevereiro de 2008, algumas dezenas de pessoas se reuniram na porta da sede da Igreja da Cientologia de Orlando (Flórida).

E em dez de fevereiro, o Anonymous fez a sua primeira grande aparição pública: milhares de pessoas, em noventa e três cidades do mundo, protestando contra a Igreja da Cientologia. Um detalhe que passou quase despercebido então: os manifestantes escondiam o seu rosto sob a máscara branca do personagem V do filme *V de Vingança* (2), produzido pelos irmãos Wachowski em 2006. Uma máscara branca, misteriosa, com feições de carnaval veneziano.

Quem estava por trás de todas essas máscaras inspiradas no controverso Guy Fawkes, um britânico que em 1605 tentou explodir o parlamento de Londres? Por que o Anonymous se inspirava em *V de Vingança*, a novela gráfica de Alan Moore – depois adaptada para o cinema – na qual o personagem V tenta empurrar a sociedade para o anarquismo? Em que se parece a Inglaterra da novela gráfica, que após uma guerra nuclear cai nas mãos de um partido fascista, com os Estados Unidos de fevereiro de 2008? Que pontes havia entre o pensamento libertário do personagem V e a defesa da liberdade de expressão do projeto *Chanalogy*? Suspeitavam então os membros do Anonymous que quatro anos depois atacariam ciberneticamente a Sony, a Mastercard, o Governo da Tunísia, a Sociedade Geral de Autores Espanhola (SGAE), o Governo de Israel, o FBI ou a Telefónica, entre um longuíssimo et cetera? O que é exatamente o Anonymous? Um grupo de protesto? Uma comunidade de hackers? Ou a soma de ambos, um coletivo *hacktivista*? Ou nada do anterior? Como, quando e onde havia nascido o Anonymous?

Primeiro erro: limitar-se a descrever o Anonymous como um grupinho descentralizado de mascarados que lutam por objetivos concretos. Antes de falar em ‘grupo’, deve-se esclarecer a etimologia “anonymous”. Por volta do ano de 2004, o termo “anonymous” se popularizou em *imageboards* (quadros de imagens) como *4chan.org*. Os usuários que deixavam um comentário sem se identificar apareciam como *anon* (forced anon, segundo a polícia). Muitas pessoas brincavam, como se Anon fosse uma pessoa. Tanto que o Anonymous se transformou rapidamente em um meme, (termo que significa uma “tendência” ou “fenômeno” forjado na Internet). O Anonymous, antes de ser grupo ou coletivo, foi uma consciência coletiva. A primeira

grande consciência coletiva da era da Internet. Um heterogêneo supracérebro formado por milhares de neurônios desconhecidos entre si com escassa ou nula relação.

O pesquisador brasileiro Murilo Machado, em um artigo no *Le Monde Diplomatique Brasil*, fez uma interessante apreciação (3): “É importante destacar que o “Anonymous” não é propriamente um grupo ou um conjunto formal e unificado de indivíduos, mas sim uma ideia heterogênea e disforme com a qual compactuam hackers, ativistas, estudantes, intelectuais e profissionais das mais variadas áreas”.

Segundo erro: identificar no Anonymous alguns ideais claros e acreditar que os mesmos eram perseguidos com seriedade desde o início. A narrativa das mensagens do Anonymous dos últimos tempos – solene, apocalíptica, redonda, cinematográfica – (4) pode levar a engano. O fenômeno Anonymous foi forjado com irreverência, humor e informalidade na *Encyclopædia Dramatica* (5), um *wiki* lançado no final do ano de 2004. Aqui se esconde um grande segredo sobre o Anonymous. A *Encyclopædia Dramatica* é um *wiki*, uma ferramenta-site elaborada coletivamente, que permite a criação de entradas com processos não hierárquicos e *bottom up* (de baixo para cima). Em um *wiki* qualquer usuário pode criar uma entrada. Qualquer um pode corrigi-la, reescrevê-la. O resultado final de cada texto é uma espécie de consenso da multidão. O resultado de qualquer *wiki* – onde a Wikipédia é seu maior exemplo - se baseia no que Pierre Levy denomina inteligência coletiva: “é uma inteligência repartida em diversas partes, valorizada constantemente, coordenada em tempo real, que conduz a uma mobilização efetiva das competências”.

Ainda que o conceito inteligência coletiva já tivesse sido usado por pensadores como William Morton Wheeler ou Émile Durkheim no início do século XX, na era da Internet adota novas roupagens. A inteligência coletiva na era digital é em tempo real. Centenas, milhares, milhões de pessoas conectadas simultaneamente gerando superestruturas, fluxos, ações e consciências nunca vistas. O Anonymous é, talvez, a primeira forma de uma identidade coletiva em tempo real, em beta (inacabada), mutante e imprevisível de uma nova era.

A *Encyclopædia Dramatica*, que chegou a ser definida como um irmão gêmeo diabólico da Wikipédia ou como uma máquina de ódio (Fox News), se transformou no verdadeiro berço do Anonymous. Assim descrevia então a revista *Wired* a *Encyclopædia Dramatica*: “um lugar onde nasceu o vasto universo paralelo de brincadeiras internas do Anonymous, frases feitas e obsessões é carinhosamente anotado”. *Trolling culture* em estado puro. Ideia e re-mistu-

ra. Frase + contrafrase. Parágrafo + ironia sarcástica despedaçando qualquer indício de cordura ou raciocínio. A Encyclopædia Dramatica se transformou em um mundo paralelo de identidades falsas, sem censura nem hierarquias, onde todas as vozes tinham o mesmo peso. Uma caverna cheia de ecos onde era literalmente impossível distinguir realidade de ficção, verdades de boatos. E pouco a pouco começou a diáspora, a emigração, a polinização dos Anonymous. Os foros de usuários da Encyclopædia Dramatica foram emigrando para canais de chat privados do popular IRC (*Internet Relay Chat*). E enquanto isso o eclético meme Anonymous, simplesmente, se divertia.

O Anonymous – supraconsciência, identidade coletiva ou grupo – participou intensamente da elaboração das irreverentes *The rules of Internet*, umas wiki-normas irônicas redigidas coletivamente. Vale a pena ler com calma estas leis da Internet para identificar algumas das marcas de identidade do que, alguns anos depois, o mundo conheceria como grupo ou coletivo Anonymous: Somos o Anonymous (regra 3), Anonymous é legião (4) ou o conteúdo original é original apenas alguns segundos antes de se tornar velho (21). Também estão presentes: o descontentamento com o mundo (416. I CAN GET NO... SATISFACTION!), a desconfiança das explicações oficiais (42.5. Nada é sagrado. 2012. A ciência não existe. Deus não existe. Só Chuck Norris existe) ou o pessimismo (413. O mundo acabará com uma chuva de meteoritos).

O curioso é que algum “anon”, continuando pela trilha da ironia, da imperfeição e do processo coletivo, escreveu uma continuação das referidas regras: as novas “unofficial official”. Regras essas que sintetizavam as anteriores e colocavam um pouco de ordem. De todas elas, poderíamos destacar uma regra, por sua especial importância no universo Anonymous: “os políticos não podem ditar regras”, porque a “Internet é para as pessoas e para as pessoas”. A comparação com a *Declaração de independência do ciberespaço* (7) que a Electronic Frontier Foundation lançou em 8 de fevereiro de 1996, na cidade suíça de Davos, é inevitável. A declaração desta fundação, liderada por John Perry Barlow, ex-integrante da banda Grateful Death, é um verdadeiro clássico do ciberespaço:

“Governos do Mundo Industrial, vocês, cansados gigantes de carne e aço, venho do Ciberespaço, a nova morada da Mente. Em nome do futuro, peço a vocês do passado que nos deixem em paz. Não são bem-vindos entre nós. Não exercem nenhuma soberania sobre o lugar onde nos reunimos. Não elegemos nenhum governo, nem pretendemos ter um. De-

claro o espaço social global que estamos construindo independente por natureza das tiranias que tentam nos impor. (...) Não têm nenhum direito moral de nos governar nem possuem métodos que devamos temer verdadeiramente para nos fazer cumprir a sua lei. Os governos derivam seus justos poderes do consentimento dos que são governados. Vocês não pediram nem receberam o nosso. Não convidamos vocês. Não nos conhecem, nem conhecem o nosso mundo. O Ciberespaço não se encontra dentro de suas fronteiras. Não pensem que podem construí-lo, como se fosse um projeto público de construção. Não podem (...).”

Tanto nas regras como nas novas regras da Internet preparadas pelo Anonymous havia uma referência constante à liberdade da Internet: tudo o que é bom é um vírus (181), a Internet não tem limites (regra 8.8.), tudo pode ser descarregado grátis na Internet (181). Entretanto, há diferenças claríssimas entre a *Declaração de independência do ciberespaço* e as “*unofficial official rules of the Internet*”. A declaração de independência foi lançada por uma instituição conhecida, que ainda que defendesse princípios alternativos e libertários, tinha uma estrutura jurídica concreta e pessoas reconhecidas em seu seio. A declaração foi lançada de cima, com certo formato de manifesto clássico. As “*unofficial official rules of the Internet*”, pelo contrário, nasceram como processo compartilhado, como divertimento, sem nenhuma pretensão. As “*unofficial official rules of the Internet*” são o fruto do que Steven Johnson denomina um sistema complexo, termo que popularizou em seu livro *Emergência. O que têm em comum formigas, neurônios, cidades e software* (2001) (8). A entrada da Wikipédia de ‘sistema complexo’ (9) definiria muito bem a comunidade que forjou as ‘unofficial rules’ e por extensão o Anonymous:

“Um sistema complexo é composto por várias partes interconectadas ou entrelaçadas cujos vínculos criam informação adicional não visível antes pelo observador. Como resultado das interações entre elementos, surgem propriedades novas que não podem ser explicadas a partir das propriedades dos elementos isolados. As referidas propriedades são denominadas propriedades emergentes”.

Mas para compreender completamente o novo paradigma deste sistema autogovernado que entendemos como Anonymous, é preciso ler a definição da Wikipédia de ‘sistema emergente’ (10), também popularizada por Steven Johnson:

“Sistemas emergentes são sistemas complexos de adaptação que demonstram comportamentos emergentes. Caracterizam-se por resolver problemas, pelo menos em aparência, espontaneamente; isto é, sem recorrer a uma inteligência de tipo centralizado ou hierarquizado (descendente), mas sim de forma ascendente, desde a base, a partir de massas de elementos relativamente não inteligentes. O comportamento separado, individual, de cada um dos agentes, ao aumentar a escala começa a produzir um comportamento coletivo próprio de um nível de organização superior, apesar da aparente carência de organização em forma de leis ou instruções provenientes de uma autoridade superior”.

Mas como o Anonymous evoluiu de supraconsciência, meme, fenômeno da Internet ou sistema emergente para um grupo organizado, com nós distribuídos por todo o planeta, altamente politizado que prega contra a classe política da Tunísia, México, Estados Unidos, Espanha ou Israel? É difícil acreditar na sua evolução, pois as primeiras ações do Anonymous foram lúdicas e um pouco *naifs*. Só abraçando a imprevisibilidade dos sistemas emergentes, a certeza de que nunca saberemos o que acontecerá quando um sistema complexo entra em ação, podemos vislumbrar algo. A crise global politizou os Anonymous. No ano de 2006, ocorreu uma fiscalização em Habbo, uma rede social muito popular projetada como um hotel virtual. Membros do Anonymous com um *avatar* (imagem no mundo virtual) de pele negra e cabelo afro bloquearam o acesso à piscina, alegando que tinha AIDS (a inspiração foi um fato real, uma piscina de Alabama que proibiu a entrada de uma criança de dois anos com AIDS). Quando Habbo proibiu a entrada dos avatares negros, o Anonymous denunciou racismo. “We did it for the lulz” (fizemos isso para nos divertir na gíria Anonymous) se transformou em uma pedra filosofal inicial do movimento. No princípio, primava o lúdico nas ações do Anonymous.

Mas pouco a pouco, o componente político e social se tornou mais presente. No final de 2006, indivíduos que se definiam como Anonymous derubaram a web de Hal Hunter, um locutor de rádio declaradamente racista e xenófobo. Mas talvez seja a prisão do pedófilo Chris Forcand a ação que pela primeira vez pôs o Anonymous à mostra. O canadense Chris Forcand foi preso graças à cooperação de “vigilantes da Internet”, membros do Anonymous, que enviaram provas de tentativa de assédio à polícia. Um sistema complexo, distribuído, com uma consciência própria estava nascendo.

Terceiro erro: pensar que há objetivos compartilhados por uma maioria dos membros do Anonymous e pensar que são sempre as mesmas pessoas

que atuam. Talvez por isso, em algumas entrevistas concedidas aos meios de comunicação, os membros do Anonymous insistem em uma definição que o jornalista americano Chris Landers fez em abril de 2008: “O Anonymous é um grupo, no sentido de que um bando de aves é um grupo. Por que sabem que são um grupo? Porque viajam na mesma direção. Em um dado momento, mais aves podem se juntar, ir ou mudar completamente de rumo”.

E aqui chegamos a um conceito chave para entender o Anonymous, o hacktivismo e a nova era de multidões conectadas: o enxame. Em 1994, Kevin Kelly, fundador da revista *Wired*, publicou um livro que teria um forte impacto até o dia de hoje: *Out of Control: The New Biology of Machines, Social Systems and the Economic World* (11). No livro, Kevin estudou o comportamento das abelhas (entre outros insetos), de alguns micro-organismos e de animais para tentar entender melhor o funcionamento do novo mundo digital. Pela primeira vez, a palavra enxame se aplicava a algo diferente. Kevin Kelly enredou o termo/conceito de enxame com as redes, os sistemas complexos ou os “sistemas vivos”. E chegou a algumas conclusões interessantes para definir um novo tipo de sociedade conectada:

“Em termos organizacionais, está formado por milhares de membros autônomos. Estes membros autônomos estão altamente conectados entre eles, mas não a um eixo central. E como não existe um centro de controle, a gestão e o cerne do sistema estão distribuídos de modo descentralizado, é a forma como funcionam as colmeias”.

Além disso, Kevin Kelly, sobressaltado por esta improbabilidade de definir e explicar a totalidade de um sistema complexo (um termo já usado em *Out of Control*) encontrou os padrões básicos de funcionamento de um enxame:

- 1) Ausência de um controle centralizado e imposto
- 2) A natureza autônoma de suas subunidades
- 3) A alta interconectividade de suas subunidades
- 4) A causalidade não linear de pares influenciando seus pares

Anonymous é um enxame. Um enxame distribuído. Um enxame extremamente interconectado. Um enxame sem abelha rainha. Um enxame que se comporta com uma inteligência coletiva em tempo real, regido por conexões tênues e por valores éticos sólidos. Um enxame imprevisível: $2+2=5$, costumava dizer Kevin Kelly. *More is always different*. 2 nós de Anonymous+2 nós de Anonymous podem ser qualquer coisa. No entanto, o resultado das somas de

forças e nós quase nunca saem da trilha da liberdade da Internet, da transparência, solidariedade mútua e união transnacional de pessoas.

Aliás, quando um usuário entra nos foros de Anonymous como *Whyweprotest.net* (12), tem que ler instruções de uso muito claras. As normas de *Whyweprotest* incentivam o cumprimento da legalidade. Existem também regras claras em caso de manifestações de rua: “Não à violência, às armas, ao grafite e ao vandalismo”. A irrupção de Anonymous no cenário do ativismo marcou um *antes* e um *depois* nas lutas sociais. Após Anonymous, a resistência pacífica voltou a ser uma tendência em muitos países do mundo. É um dos principais princípios do movimento 15M (Indignados) de Espanha e do Occupy Wall Street.

Outro detalhe fundamental das normas internas dos fóruns e da história de Anonymous: “Ser anônimo é “uma forma de comunicar e promover a mudança social”. O anonimato, um dos grandes instrumentos dos movimentos “hacktivistas”, bate de frente com as intenções de companhias como Facebook, que pretendem eliminar a possibilidade de se permanecer anônimo na Internet. O mercado e os governos que têm a intenção de controlar a Internet ainda não entenderam que o anonimato é uma das principais características da era da rede. O anonimato abre a porta para a existência do enxame, a identidade coletiva. O internauta é mais um elo da corrente imprevisível de curadores, usuários, gestores, comentaristas, criadores e “remixadores”. Qualquer pessoa que crie algo – conteúdo, uma obra de arte, uma ação – é parte de uma identidade coletiva mais ampla. Paradoxo: a identidade individual pode estar composta de retalhos de diferentes identidades coletivas. E é justamente porque a identidade coletiva não é totalitária nem absoluta. O vínculo com uma identidade coletiva é muito mais flexível do que a militância em um partido político ou em um sindicato, do que o pertencimento a uma religião ou à torcida de um time de futebol. A flexibilidade é a força do enxame. O fato de poder sair do enxame ou do bando de pássaros quando se quer garante a unidade. E outro paradoxo: o anonimato gera uma identidade coletiva icônica que pode chegar a ser pop. Uma identidade coletiva resumida em um ícone que se torna um quase-indivíduo.

Vale a pena fazer um breve repasso da famosa máscara que identifica os membros ou simpatizantes de Anonymous. A máscara apareceu no filme *V de Vingança*, dirigido por James McTeigue e produzido por os irmãos Larry e Andy Wachowski. O filme esteve inspirado em um romance gráfico escrito por Alan Moore. O personagem V do romance gráfico *V de Vingança* é diretamente inspirado em Guy Fawkes, um conspirador católico inglês que tentou

explodir o Parlamento britânico no ano 1605. Guido Fawkes, como era conhecido, havia lutado no exército católico espanhol contra o protestantismo nos Países Baixos. Guy participou da chamada Conspiração da pólvora para assassinar o rei Jacobo I e todos os parlamentares que perseguiram o catolicismo no Reino Unido. Guy foi preso no dia 5 de novembro de 1605. Não delatou os cúmplices e foi executado. No entanto, o personagem V do romance gráfico *V de Vingança* é uma mutação anarquista de Guy Fawkes. V questiona o estado totalitário e reivindica a anarquia. O componente anárquico era tão importante que quando a adaptação cinematográfica decidiu omitir esse detalhe Alan Moore saiu do projeto e atacou os irmãos Wachowski. A máscara, porém, tornou-se um ícone global. Um ícone que representa uma identidade coletiva subterrânea, distribuída e hiperconectada. Um ‘supra-eu’ que ganha uma força inesperada.

Gabriella Coleman (13), uma das pesquisadoras que dedicou mais tempo ao Anonymous, destaca alguns pontos diretamente relacionados com a identidade coletiva: “Para entender as dinâmicas de poder e autoridade do grupo Anonymous, devemos encarar uma das regras mais interessantes e socialmente vibrantes normas de Anonymous: sua ética anti-líder e anti-celebridade. Esta ética modula a concentração de poder. Anonymous contribui com o que Mike Wesch descreveu como “uma crítica mordaz do culto pós-moderno da celebridade, individualismo e identidade, enquanto faz o seu próprio funcionamento com uma alternativa invertida”.

Cada cinco de novembro é comemorado o dia de Guy Fawkes. No dia 5 de novembro de 2012, uma multidão rodeou o Parlamento em Londres. Uma prova de até que ponto o complexo sistema Anonymous, o surgimento de seus nós conectados, a comunicação em tempo real desta inteligência coletiva icônica é totalmente imprevisível. Até onde vai chegar o Anonymous? Será que a identidade Anonymous será diluída em outras identidades novas? Será que a independência dos nós vai pôr em perigo a superestrutura flexível e dinâmica de Anonymous? Surgirão dissidências internas? Haverá *forks* (que significa desvio na gíria hacker)?

O caso do Anonymous Brasil traz algumas nuances que apontam, mas não são respostas, para essas interrogações. No Brasil, a eclosão do Anonymous data da #OpPayBack, no final de 2010, uma onda de protestos em defesa de Wikileaks, que derrubou muitos sites, entre eles os de Visa e Mastercard. Inicialmente, outros grupos hacktivistas, como o LulzSecBrasil, receberam mal o braço brasileiro do Anonymous. Chegou a haver, inclusive, um contraditório ataque de nacionalismo cruzado. Surgiram acusações de colonização contra o

Anonymous, pouco coerentes com o espírito internacionalista do movimento. E como se não bastasse, uma guerra interna do Anonymous Brasil agitou durante o segundo semestre de 2011 os fóruns brasileiros. No entanto, aos poucos, a guerra interna hacktivista que estava sendo forjada no fórum *What is the plan* (que não funciona mais) (14), desembocou na convivência de duas facções. Uma facção mais inclusiva, evangelizadora e dialogante e outra mais invasiva, que conta com a participação somente de hackers. Capitaneada, em palavras de Murilo Machado, “por *iPirates* e *AntiSecBrTeam*, suas ações são majoritariamente pautadas por um hacktivismo intrusivo – desde a interceptação de mensagens até ataques distribuídos de negação de serviço (DDoS)”. O diálogo entre os hacktivistas brasileiros foi crescendo em fóruns como The Agora Project (15) e até mesmo em grupos do Facebook, como por exemplo o *Free Dominfo Network* (16)

Para surpresa de muitos, LulzSecBrasil anunciou publicamente a sua retirada. E muitos de seus membros se incorporaram ao enxame flexível de Anonymous, no qual convivem grupos e facções muito diferentes entre si. Vale a pena citar uma frase que aparece em uma *bookmark* chamada *What is the plan* em N-1.cc (17), uma rede livre que pertence ao projeto Lorea:

“Mais uma vez, Anonymous não é um grupo nem entidade. Não é você, nem sou eu, nem qualquer indivíduo concreto. Anonymous é uma ideia. Aqueles que se identificam com o Anonymous compartilham uma ideia comum de liberdade e de um mundo livre de opressão. Qualquer coisa que se interpõe entre as pessoas e essas liberdades acabando virando um alvo de protestos.”

E como o Anonymous procura objetivos? Quais as ferramentas e/ou métodos que utiliza? Por que a polícia constantemente os define como criminosos? Anonymous utiliza o denominado ataque Ddos (Distributed Denial of Service), no qual muitas pessoas acessam ao mesmo tempo um servidor, desde pontos diferentes, e o bloqueiam. O aplicativo mais usado na história do Anonymous se chama *Low Orbit in Canon*. Cada usuário faz o download em seu computador e multiplica o número de petições de acesso a determinado site. Richard Stallman, um dos pais da Internet e fundador da Free Software Foundation, afirmou em um artigo que *Low Orbit in Canon* é absolutamente legal: “São o equivalente na Internet a uma passeata na rua”. “Não são hackers (uso de astúcia informática) nem são *crackers* (invasão de sistemas de segurança). Os ciber-manifestantes do Anonymous entram pela porta da frente de um

site, que simplesmente não aguenta tantas visitas”, afirma Ricchard Stallman. O renomado informático norte-americano vai além: “nem sequer é correto chamá-los de ataques Ddos, feitos normalmente através de computadores zumbis (de outros usuários, geralmente por meio de vírus)”.

Anonymous, simplesmente, é uma legião. Milhares, milhões de pessoas, organizadas em rede, entrando ao mesmo tempo em uma página web. Foi assim que fizeram para atacar a Igreja da Cientologia. Ou durante a operação PayBack, quando atacaram as páginas de Mastercard, Amazon, PayPal, MasterCard, Visa e o banco suíço PostFinance, em represália ao bloqueio de contas da organização Wikileaks. E repetiram a mesma ação, todos ao mesmo tempo, de modo descentralizado, quando bloquearam, no fim de dezembro de 2010 os sites do Partido Socialista Operário Espanhol (PSOE), da Sociedade Geral de Autores de Espanha (SGAE), do Congresso e do Ministério de Cultura, como forma de protesto contra a Lei Sinde que recorta os direitos dos internautas. Também foi assim que derrubaram o site do FBI, em janeiro de 2012, para protestar contra o fechamento do MegaUpload.

Existe, porém, uma linha tênue que vai além dos ataques Ddos e das cybermanifestações. Algumas vezes, Anonymous torna públicas informações ocultas. Foi o que aconteceu quando uniu forças com a organização WikiLeaks para revelar os emails e mensagens particulares de membros da agência de espionagem Stratfor, financiada com dinheiro público norte-americano. Neste caso, como a informação era relevante para o mundo inteiro, Governos e opinião pública, a ideia era que Anonymous estaria incentivando a transparência. Em outras situações, porém, Anonymous revela dados pessoais de pessoas concretas, como aconteceu em novembro de 2012 durante os ataques israelitas à faixa de Gaza, quando Anonymous divulgou e-mails e dados de integrantes dos Governos dos Estados Unidos e de Israel.

Mas por que o poder fático associa automaticamente o Anonymous com hackers, crackers e chega até a defini-los como ciber-terroristas? Por que quando a polícia espanhola prendeu em 2011 três membros do Anonymous em Barcelona, Alicante e Almeria, respectivamente, afirmou ter desativado a cúpula do movimento? Por um lado, por desconhecimento do que são *As regras da Internet*, daquele “vasto universo paralelo”, de suas ideias e conceitos. Mas talvez seja o medo da última guinada política de Anonymous que esteja desconcertando e amedrontando o poder ao mesmo tempo. Se a Igreja da Cientologia levou pela primeira vez os Anonymous mascarados às ruas, a perseguição contra a organização Wikileaks e o assédio policial contra o líder,

Julian Assange, fez renascer o movimento com uma força inusitada. Se no começo, era diversão, no final, chegou a política. Se no princípio, primava o aspecto lúdico, no fim os Anonymous participaram de modo muito ativo do 15M na Espanha, da Global Revolution e de Occupy Wall Street.

Quase todos os Anonymous abraçam as bandeiras da transparência, liberdade de expressão e liberdade na Internet. Lançar a operação Tunísia (janeiro de 2011) em favor dos rebeldes, bloquear os sites do Ministério da Informação do Egito e do ditador Hosni Mubarak (fevereiro de 2011) ou derrubar páginas web do *lobby* israelense, em represália pelos ataques à Palestina (novembro de 2012) são consequências lógicas de princípios simples, agregadores e contundentes.

Basta dar uma olhada nos fóruns do Anonymous para entender a vertigem/medo da classe política. No dia 20 de março de 2011, em um fórum do Anonymous Espanha, um usuário apelidado de IIXMMI lançava ideias de Democracia Real Ya, o coletivo que convocou a manifestação multitudinária do dia 15 de maio na Espanha, que viria a desencadear uma explosão revolucionária, com praças ocupadas, e à *Global Revolution*. O grito, “não somos mercadoria em mãos de políticos e banqueiros”, slogan de Democracia Real Ya, começou a se espalhar como pólvora dentro do fórum. Um integrante identificado como Anonymous replicou: “Excelente contribuição!”. Alguns dias depois, arrancou a Operação V de Votações que empapelou as ruas da Espanha com cartazes contra o PSOE e o PP, os dois principais partidos políticos, y que acabaria desembocando na chamada *Spanishrevolution*, um dos maiores acontecimentos tecno-políticos do novo século.

O que move o Anonymous? O que direciona esse comportamento? Diálogo plano, sem hierarquias, espontâneo, descentralizado, autônomo, coletivo. Transparência. Liberdade. Ideias compartilhadas que se expandem em ritmo vertiginoso. E que nos últimos anos têm deixado o mundo em estado de choque com suas múltiplas campanhas: contra a Ley Lleras da Colômbia (direito de Internet), Operação Tequila (contra a censura na imprensa mexicana), Operação Tormenta del Sur no Chile (contra a construção de mega-represas), contra ACTA ou PIPA (leis que visam controlar a Internet), contra a espionagem industrial com dinheiro público de Stratfor, contra os ataques israelenses a Gaza...

Para onde vai o Anonymous? Resistirá no seu atual formato flexível, coletivo e anônimo? Chegarão a existir grupos violentos dentro do enxame? Como será que vai evoluir o sistema complexo, emergente, de milhões de nós se

entrelaçando cada vez mais? Nem os integrantes mais ativos do Anonymous sabem o que acontecerá. É parte do jogo. É parte da marca Anonymous.

É certo, porém, que algumas das operações (como o ataque à Sony e ao site da Playstation), algumas evidências de hierarquização em determinados lugares ou a existência de uma facção violenta (Anonops) vêm semeando certas dúvidas a respeito da pacífica legião dos Anonymous. Mas o nascimento de LocalLeaks, um site para incitar a transparência inspirado em Wikileaks, fundado pelo People's Liberation Front e apoiado pelo Anonymous, faz vislumbrar mudanças imprevisíveis naqueles jovens que acreditavam mais em Chuck Norris do que em Deus.

Talvez Anonymous, para permanecer fiel ao seu espírito, precise apenas ser precavido com suas próprias “unofficial official” regras da Internet: “Tudo aquilo que pode ser rotulado pode ser odiado (18)”. Ainda que, chegados a esse ponto, se Anonymous começar a funcionar como uma marca ou coletivo clássico, talvez seja necessário apenas aplicar a lei 11 (É o fim do mundo). E, se for assim, talvez baste apenas começar tudo de novo. Após o “Somos Anonymus, somos legião”, ficamos com uma única certeza: na era da rede, 2+2 nunca é igual a quatro.

Bernardo Gutiérrez é jornalista, escritor, pesquisador de entornos digitais e ativista. Dirige a rede de inovação glocal Futura Media (FuturaMedia.net), baseada em São Paulo mas distribuída em vários países de Europa e América Latina. Bernardo Gutiérrez é uma voz reconhecida na defesa pelo copyleft, a Internet livre e os novos caminhos da tecnopolítica. É o autor do livro #24H, uma obra copyleft que desde a ficção retrata o surgimento do movimento I5M- Indignados da Espanha.

REFERÊNCIAS

- (1) <http://www.youtube.com/watch?v=JCbKv9yiLiQ>
- (2) http://pt.wikipedia.org/wiki/V_for_Vendetta
- (3) <http://www.diplomatique.org.br/acervo.php?id=3009>
- (4) YoSoy132, mensagem de Anonymous <http://www.youtube.com/watch?v=zZ-dCu-LG50&feature=fvsr>
- (5) https://encycopediadramatica.se/Main_Page
- (6) http://rulesoftheinternet.com/index.php?title=Main_Page
- (7) http://en.wikipedia.org/wiki/A_Declaration_of_the_Independence_of_Cyberspace
- (8) http://books.google.es/books/about/Sistemas_Emergentes.html?hl=es&cid=8Jt_AAAACAAJ
- (9) http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_complejo
- (10) http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_emergente
- (11) <http://www.kk.org/outofcontrol/>
- (12) [WhyWeProtest.net](http://www.WhyWeProtest.net)
- (13) Gabriella Coleman <http://mediacommons.futureofthebook.org/tne/pieces/anonymous-lulz-collective-action>
- (14) www.whatis-theplan.org/
- (15) <http://www.theagoraproject.org/page/index.html>
- (16) <http://www.facebook.com/freedominfonetwork?ref=ts&fref=ts>
- (17) <https://n-1.cc/bookmarks/read/629022/what-is-the-plan-anonymous>
- (18) <http://wiki.15m.cc/wiki/Portada>

Publicações anteriores dos Cadernos Adenauer



Potências emergentes e desafios globais
(n. 2, 2012)

Economia verde (n. 1, 2012)

Caminhos para a sustentabilidade
(edição especial, 2012)

Municípios e Estados: experiências com
arranjos cooperativos (n. 4, 2011)

Ética pública e controle da corrupção
(n. 3, 2011)

O Congresso e o presidencialismo
de coalizão (n. 2, 2011)

Infraestrutura e desenvolvimento
(n. 1, 2011)

O Brasil no contexto político regional
(n. 4, 2010)

Educação política: reflexões e práticas
democráticas (n. 3, 2010)

Informalidade laboral na América Latina
(n. 2, 2010)

Reforma do Estado brasileiro:
perspectivas e desafios (n. 1, 2010)

Amazônia e desenvolvimento sustentável
(n. 4, 2009)

Sair da crise: Economia Social de
Mercado e justiça social (n. 3, 2009)

O mundo 20 anos após a queda do
Muro (n. 2, 2009)

Migração e políticas sociais (n.1, 2009)

Segurança pública (n. 4, 2008)

Governança global (n. 3, 2008)

Política local e as eleições de 2008
(n. 2, 2008)

20 anos da Constituição Cidadã
(n. 1, 2008)

A mídia entre regulamentação e
concentração (n. 4, 2007)

Partidos políticos: quatro continentes
(n. 3, 2007)

Geração futuro (n. 2, 2007)

União Europeia e Mercosul: dois
momentos especiais da integração
regional (n. 1, 2007)

Promessas e esperanças: Eleições na
América Latina 2006 (n. 4, 2006)

Brasil: o que resta fazer? (n. 3, 2006)

Educação e pobreza na América Latina (n. 2, 2006)

China por toda parte (n. 1, 2006)

Energia: da crise aos conflitos? (n. 4, 2005)

Desarmamento, segurança pública e cultura da paz (n. 03, 2005)

Reforma política: agora vai? (n. 02, 2005)

Reformas na Onu (n. 01, 2005)

Liberdade Religiosa em questão (n. 04, 2004)

Revolução no Campo (n. 03, 2004)

Neopopulismo na América Latina (n. 02, 2004)

Avanços nas Prefeituras: novos caminhos da democracia (n. 01, 2004)

Mundo virtual (n. 06, 2003)

Os intelectuais e a política na América Latina (n. 05, 2003)

Experiências asiáticas: modelo para o Brasil? (n. 04, 2003)

Segurança cidadã e polícia na democracia (n. 03, 2003)

Reformas das políticas econômicas: experiências e alternativas (n. 02, 2003)

Eleições e partidos (n. 01, 2003)

O Terceiro Poder em crise: impasses e saídas (n. 06, 2002)

O Nordeste à procura da sustentabilidade (n. 05, 2002)

Dilemas da Dívida (n. 04, 2002)

Ano eleitoral: tempo para balanço (n. 03, 2002)

Sindicalismo e relações trabalhistas (n. 02, 2002)

Bioética (n. 01, 2002)

As caras da juventude (n. 06, 2001)

Segurança e soberania (n. 05, 2001)

Amazônia: avança o Brasil? (n. 04, 2001)

Burocracia e Reforma do Estado (n. 03, 2001)

União Europeia: transtornos e alcance da integração regional (n. 02, 2001)

A violência do cotidiano (n. 01, 2001)

Os custos da corrupção (n. 10, 2000)

Fé, vida e participação (n. 09, 2000)

Biotecnologia em discussão (n. 08, 2000)

Política externa na América do Sul (n. 07, 2000)

Universidade: panorama e perspectivas (n. 06, 2000)

A Rússia no início da era Putin (n. 05, 2000)

Os municípios e as eleições de 2000 (n. 04, 2000)

Acesso à justiça e cidadania (n. 03, 2000)

O Brasil no cenário internacional (n. 02, 2000)

Pobreza e política social (n. 01, 2000)

Para assinar ou adquirir os Cadernos Adenauer, acesse: www.kas.de/brasil

ESTE LIVRO FOI COMPOSTO POR CACAU MENDES
EM ADOBE GARAMOND C. 11/14 E IMPRESSO PELA
J. SHOLNA EM PAPEL PÓLEN SOFT 80 G/M² PARA A
FUNDAÇÃO KONRAD ADENAUER NO VERÃO DE 2013