



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA**

**INTERNET E CAMPANHAS ELEITORAIS:
EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS NAS CIBERCAMPANHAS
PRESIDENCIAIS DO CONE SUL**

SYLVIA IASULAITIS

**SÃO CARLOS
2012**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA**

**INTERNET E CAMPANHAS ELEITORAIS:
EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS NAS CIBERCAMPANHAS
PRESIDENCIAIS DO CONE SUL**

SYLVIA IASULAITIS

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal de São Carlos, como parte dos requisitos para obtenção do Título de Doutor em Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Antônio Farias de Azevedo

Financiamento: CAPES (no Brasil) e CNPq (no exterior)

**SÃO CARLOS
2012**

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária/UFSCar**

l11ic

lasulaitis, Sylvia.

Internet e campanhas eleitorais : experiências interativas nas cibercampanhas presidenciais do Cone Sul / Sylvia lasulaitis. -- São Carlos : UFSCar, 2012.

371 f.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2012.

1. Ciência política. 2. Portais da Web. 3. Interatividade. 4. Fóruns de discussão online. 5. Cone Sul. I. Título.

CDD: 320 (20ª)



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA

BANCA EXAMINADORA DA TESE DE DOUTORADO DE
Sylvia Iasulaitis

09/05/2012

Prof. Dr. Fernando Antônio Farias de Azevedo
Universidade Federal de São Carlos/UFSCar

Prof. Dr. Thales Haddad Novaes de Andrade
Universidade Federal de São Carlos/UFSCar

Prof. Dr. Pedro José Floriano Ribeiro
Universidade Federal de São Carlos/UFSCar

Profa. Dra. Vera Lucia Michalany Chaia
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo/PUC

Profa. Dra. Alessandra Aldé
Universidade Estadual do Rio de Janeiro/UERJ

Submetida à defesa em sessão pública
Realizada às 14:00h no dia 09/05/2012.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Fernando Antônio Farias de Azevedo.
Prof. Dr. Thales Haddad Novaes de Andrade.
Prof. Dr. Pedro José Floriano Ribeiro.
Profa. Dra. Vera Lucia Michalany Chaia.
Profa. Dra. Alessandra Aldé.

Homologado na CPG-PPGPOL na

23ª Reunião no dia 05/09/2012

Profa. Dra. Vera Alves Cepêda
Vice-Coordenadora do PPGPOL

DEDICATÓRIA

*Aos meus filhos
Matheus e Felipe*

AGRADECIMENTOS

A todos que contribuíram direta ou indiretamente para a realização deste trabalho a minha sincera e profunda gratidão.

Agradecimento especial realizo aos meus filhos, Matheus lasulaitis Carneiro e Felipe lasulaitis Carneiro, crianças maravilhosas e compreensivas, que me acompanham nesta jornada. E também ao meu marido e companheiro, Elielson Carneiro da Silva. E a Deus, pela força necessária.

Aos meus pais, Afonso lasulaitis (*in memoriam*) e à minha mãe, Edna Marvila lasulaitis, pelo amor, carinho e apoio incondicional. Aos meus irmãos, Laudo, Zilda, Alex e Ernesto, pela união ao dividir as adversidades da infância e da vida.

Neste momento é salutar agradecer aos familiares e amigos que souberam compreender e perdoar minha ausência para dedicar-me ao trabalho intelectual e acadêmico. Redigir uma tese é um empreendimento exaustivo e solitário, que muitas vezes nos priva da convivência com os entes mais queridos.

No que tange aos agradecimentos de cunho acadêmico, convém ressaltar que esta tese foi realizada com diversos apoios.

Inicialmente, registro aqui reconhecimento especial ao meu orientador Dr. Fernando Antônio Azevedo, pela confiança e companheirismo em toda a caminhada da pós-graduação.

Agradeço às agências de fomento CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior pelo financiamento da pesquisa em âmbito nacional, e CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, pelo aporte financeiro no período de investigação realizado no exterior.

Minha gratidão ao meu co-orientador no exterior, prof. Dr. José Luis Dader, da *Universidad Complutense de Madrid*, por receber-me na

Espanha de maneira tão solícita, pela leitura acurada do projeto e indicações bibliográficas.

Agradeço ao professor Dr. Giovanni Allegretti e em seu nome a toda equipe de pesquisadores e funcionários do CES - Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra (Portugal), pelo acolhimento durante o período em que ali estive na condição de investigadora em mobilidade.

Meu agradecimento aos pesquisadores do *Internet Interdisciplinary Institute* - IN3, centro especializado em investigações sobre a rede eletrônica, dirigido pelo prof. Dr. Manuel Castells, pela receptividade no instituto durante as visitas técnicas ali realizadas, e em especial ao prof. Albert Padró Solanet, pela atenção e articulação com o grupo GADE.

Manifesto gratidão aos docentes e funcionários das instituições por onde passei, pela dedicação e presteza no atendimento.

RESUMO

Nesta tese desenvolvemos uma análise visando compreender as novas formatações da política na era da Web 2.0. O objetivo geral foi investigar “se” e “de que forma” o potencial da Internet para interação humana foi empregado pelos candidatos e coligações nas recentes campanhas presidenciais no Cone Sul e “se” e “em que medida” as ferramentas interativas em *websites* eleitorais foram utilizadas para estreitar os laços com o eleitorado durante a campanha política e ampliar a qualidade dos processos democráticos. Nesta tese buscamos contemplar dois níveis de análise: a *estrutura* formal do *website* e a *ação* política que nele se desenvolveu. Analisamos a lógica da coordenação de campanha dos candidatos na utilização dos fóruns de debates de propostas de governo, os constrangimentos e incentivos à participação do cidadão comum e o nível de controle exercido; e por outro lado, a maneira como os internautas interagiram com as campanhas, com os candidatos e entre si a partir destas ferramentas, a forma e o teor das trocas discursivas ali realizadas e a natureza das propostas que resultaram desta interação. Partimos da hipótese de que a disponibilização de fóruns de debate online cria oportunidade estrutural que pode aumentar a possibilidade de ação política dos cidadãos comuns para comunicarem suas preferências, realizarem *inputs*, participarem da construção de projetos políticos, bem como compelirem os candidatos para que delineiem com mais clareza suas plataformas políticas. Não obstante, o tipo de resultado é fruto do desenho da interface e da maneira como os candidatos e internautas utilizam a tecnologia, e não um produto pré-determinado por ela, ou seja, depende da forma como se articulam as regras objetivas, as estratégias eleitorais, o interesse político e a capacidade dos atores envolvidos. Testamos seis corolários específicos em contextos empíricos concretos; nossos objetos de investigação foram as plataformas para discussão e construção colaborativa dos programas de governo de quatro presidenciais da Argentina, Chile e Brasil, durante os pleitos 2007, 2009 e 2010, respectivamente, e o *corpus* empírico desta pesquisa totalizou em 2.727 *posts* analisados. Para os propósitos deste estudo, foi realizada uma composição de técnicas que resultaram em um aparato metodológico específico, incluindo observação das interações mediadas pelo computador, coleta de dados e análise de conteúdo. O modelo apresentado consiste em um primeiro esforço metodológico para desenvolver uma estratégia de investigação de fóruns de discussão estabelecidos na ambiência de *websites* eleitorais. A avaliação da qualidade das discussões foi empreendida de acordo com oito dimensões de análise com base nos parâmetros metodológicos DQI - *Discourse Quality Index* (Constrangimentos e incentivos à participação, Inclusividade e Diversidade, Reciprocidade do debate, Respeito mútuo, Identificação, Grau de heterogeneidade, Tematização e conteúdo e Efetividade da interface interativa), que foram operacionalizadas com alguns indicadores, qualitativos e quantitativos.

Palavras-chaves: *Web 2.0; Interatividade dialógica; Cibercampanhas; Fóruns de discussão online; Cone Sul.*

ABSTRACT

In this thesis we develop an analysis aiming to understand the new formatting of politics in the era of Web 2.0. The overall objective was to investigate "if" and "how" the Internet's potential for human interaction was used by the candidates and coalitions in recent presidential campaigns in the Southern Cone and "if" and "how far" the interactive tools on websites electoral were used to strengthen ties with the electorate during political campaigns and increase the quality of democratic processes. In this thesis we seek to allow two levels of analysis: the formal structure of the website and political action that it develops. We analyze the logic of the candidates' campaign coordination in the use of discussion forums for government proposals, the constraints and incentives to encourage participation of ordinary citizens and the level of control exercised, and on the other hand, the way they interacted with Internet campaigns, with candidates and each other from these tools, the form and content of discursive exchanges held there and the nature of the proposals that resulted from this interaction. We start from the assumption that the availability of online discussion forums create an opportunity structure that can increase the possibility of political action of ordinary citizens to communicate their preferences, perform inputs, participate in the construction of political projects, as well as compel the candidates to conceive with more clearly their political platforms. However, the type of product is the result of the design of the interface and how the Internet and using the candidate technology, rather than a pre-determined by it, ie, depends on how the rules are articulated objective, strategies election, the political interest and the ability of the actors involved. We tested six corollaries specific empirical contexts and concrete objects of our investigation were the platforms for discussion and collaborative construction of government programs of four presidential candidates from Argentina, Chile and Brazil during the 2007 elections, 2009 and 2010, respectively, and the corpus of empirical research in 2727 totaled posts analyzed. For purposes of this study, we performed a composition techniques that resulted in a specific methodological apparatus, including observation of interactions mediated by the computer, data collection and content analysis. The model consists of a first effort to develop a methodological research strategy discussion forums established in the electoral environment of websites. The evaluation of the quality of the discussions was undertaken according to eight dimensions of analysis based on methodological parameters DQI - Discourse Quality Index (Constraints and incentives for participation, inclusiveness and diversity, reciprocity debate, mutual respect, Identification, Degree of heterogeneity, thematization and effectiveness of content and interactive interface), which were operationalized into indicators, qualitative and quantitative.

Keywords: Web 2.0, Interactive dialogue; Cibercampaign, Online discussion forums; Southern Cone.

LISTA DE TABELAS

<i>Tabela 1. Candidatos, países e pleitos analisados.....</i>	<i>13</i>
<i>Tabela 2. Modelo de análise dos fóruns de discussão de propostas de governo.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabela 3. As campanhas eleitorais em perspectiva histórica.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabela 4. Seis modelos de democracia com base em duas dimensões.....</i>	<i>101</i>
<i>Tabela 5. Uso regular da Internet (frequência em %) na Argentina.....</i>	<i>144</i>
<i>Tabela 6 Regressão logística - Argentina - Uso regular da Internet.....</i>	<i>145</i>
<i>Tabela 7. Comparação de médias - Argentina - Uso regular da Internet x Participação.....</i>	<i>147</i>
<i>Tabela 8. Análise de Médias - Argentina - Uso regular da Internet x Atitudes.....</i>	<i>148</i>
<i>Tabela 9. Candidatos e resultados eleitorais. Pleito presidencial na Argentina em 2007.....</i>	<i>158</i>
<i>Tabela 10. Informe financeiro das campanhas presidenciais em 2007.....</i>	<i>168</i>
<i>Tabela 11. Informações gerais sobre os países pesquisados.....</i>	<i>187</i>
<i>Tabela 12. Regressão Logística - Chile - Uso Regular da Internet.....</i>	<i>189</i>
<i>Tabela 13. Comparação de médias - Chile - Uso regular da Internet x Participação.....</i>	<i>190</i>
<i>Tabela 14. Análise de Médias - Chile - Uso regular da Internet x Atitudes.....</i>	<i>191</i>
<i>Tabela 15. Resultados do primeiro turno - eleições chilenas.....</i>	<i>196</i>
<i>Tabela 16. Determinantes do apoio aos candidatos presidenciais, primeiro turno 2009.....</i>	<i>198</i>
<i>Tabela 17. Preferências eleitorais de acordo com características sócio-demográficas.....</i>	<i>199</i>
<i>Tabela 18. Preferências eleitorais de acordo com características políticas.....</i>	<i>200</i>
<i>Tabela 19. Porcentagem de acordo com o aborto em diferentes circunstâncias.....</i>	<i>215</i>
<i>Tabela 20. Regressão logística - Brasil - Uso regular da Internet.....</i>	<i>233</i>
<i>Tabela 21. Comparação de médias - Brasil - Uso regular da Internet x Participação.....</i>	<i>236</i>
<i>Tabela 23. Análise de médias - Brasil - Uso regular da Internet x Atitudes.....</i>	<i>236</i>
<i>Tabela 24. Preferência partidária (%) pelo PT por estrato de renda familiar - Março 2011.....</i>	<i>248</i>
<i>Tabela 25. Opinião em relação à legalização do aborto.....</i>	<i>262</i>
<i>Tabela 26. Resultado das eleições presidenciais - Brasil - 2010.....</i>	<i>271</i>

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1. Modelo de ciber-interatividade de quatro partes</i>	72
<i>Figura 2. Modelo de ciber-interatividade de seis partes</i>	73
<i>Figura 3. Centro gravitacional da web 2.0</i>	77
<i>Figura 4. Cartograma - Mapa eleitoral. Escala pelo método Gastner & Newman</i>	161
<i>Figura 5. Imagem do website eleitoral de Alberto Rodríguez Saá, 2007</i>	163
<i>Figura 6. Imagem do website eleitoral de Marco Enríquez Ominami, 2009</i>	204
<i>Figura 7. Imagem da página inicial do documento de compilação de propostas e comentários do fórum de Ominami</i>	227
<i>Figura 8. Imagem da página de discussão de Diretrizes de Governo do website eleitoral de Marina Silva, 2010</i>	276
<i>Figura 10. Tela inicial da plataforma Proposta Serra, 2010</i>	278
<i>Figura 11. Tela interna da Proposta Serra</i>	279

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Resultados eleitorais. Eleições presidenciais, Argentina, 2007	160
Gráfico 2. Gasto total declarado pela campanha de Alberto Rodríguez Saá	168
Gráfico 3. Gasto com propaganda declarado pela campanha de Alberto Rodríguez Saá	168
Gráfico 4. Percentual de posts do fórum de Saá a partir dos indicadores de respeito ...	172
Gráfico 5. Destinatários dos flames do fórum de Alberto Rodríguez Saá	176
Gráfico 6. Classificação dos posts do fórum de Alberto Rodríguez Saá quanto ao teor ..	177
Gráfico 7. Usuários de Internet - Brasil, Argentina e Chile (em milhões) - ano ref. 2008	188
Gráfico 8. Resultados eleitorais. Eleições presidenciais, Chile, Primeiro turno, 2009 ...	197
Gráfico 9. Intenção de voto por Ominami conforme idade e nível socioeconômico	199
Gráfico 10. Percentual de posts a partir dos indicadores de respeito	218
Gráfico 11. Destinatários dos flames do fórum de Marco Enríquez Ominami	219
Gráfico 12. Classificação dos posts do fórum de Marco Enríquez Ominami quanto ao teor	222
Gráfico 13. Saldo das valências da cobertura jornalística da imprensa escrita nas eleições de 2006	244
Gráfico 14. Número de menções ao termo “dilma aborto” e “serra aborto” na Internet durante o mês de Julho/2010	255
Gráfico 16. Número de menções ao termo “dilma aborto” e “serra aborto” na Internet durante o mês de Setembro/2010	256
Gráfico 17. Resultado eleitoral. Eleições presidenciais, Brasil, 2010, Primeiro Turno ..	258
Gráfico 18. Evolução da intenção de voto para Presidente - Evangélicos - Brasil - Julho a Outubro/2010 - 1º turno	259
Gráfico 19. Evolução da intenção de voto para Presidente - Católicos - Brasil - Julho a Outubro/2010 - 1º turno	260
Gráfico 20. Percentual positivo, negativo e neutro da cobertura dos jornais Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo à candidatura de Marina Silva	261
Gráfico 21. Número de menções ao termo “dilma aborto” e “serra aborto” na Internet durante o mês de Outubro/2010	264

Gráfico 22. Pesquisa de sentimentos relacionados às pesquisas web sobre os candidatos	266
Gráfico 23. Intenção de voto para Presidente, entre eleitores que acessam a Internet diariamente - Brasil, 2010	267
Gráfico 24. Intenção de voto em Dilma Rousseff para Presidente, total e entre eleitores que acessam a internet diariamente - Brasil, 2010	268
Gráfico 25. Intenção de voto em José Serra para Presidente, total e entre eleitores que acessam a internet diariamente - Brasil, 2010	269
Gráfico 26. Intenção de voto em Marina Silva para Presidente, total e entre eleitores que acessam a Internet diariamente - Brasil, 2010	270
Gráfico 27. Percentual de posts a partir dos indicadores de respeito	292
Gráfico 28. Mensagens dos fóruns de José Serra de acordo com as marcas de respeito mútuo	293
Gráfico 29. Destinatários dos flames (mensagens rudes e incivis) dos fóruns de José Serra	295
Gráfico 30. Classificação dos posts dos fóruns de Marina Silva quanto ao teor	299
Gráfico 31. Classificação dos posts dos fóruns de José Serra quanto ao teor	299

SUMÁRIO

Dedicatória.....	v
Agradecimentos.....	vi
Resumo.....	x
<i>Abstract</i>	xi
Lista de Acrônimos e Siglas.....	xii
Lista de Tabelas.....	xiii
Lista de Figuras.....	xiv
Lista de Gráficos.....	xv
I - INTRODUÇÃO	4
1. Objetos de investigação.....	12
2. Objetivos e perguntas de pesquisa.....	13
3. Hipóteses de Pesquisa	14
4. Metodologia e Estratégias de Investigação	16
5. Estrutura da Tese	19
CAPÍTULO II - DOS COMÍCIOS À INTERNET: A MUDIATIZAÇÃO DAS CAMPANHAS ELEITORAIS E A COMUNICAÇÃO POLÍTICA EM PERSPECTIVA HISTÓRICA.....	22
1. Campanhas eleitorais importam?.....	24
2. Comunicação política e campanhas eleitorais.....	31
2.1 As três fases das campanhas eleitorais	33
2.1.1 A primeira fase das campanhas políticas.....	33
2.1.2 A segunda fase das campanhas políticas	36
2.1.3 A terceira fase das campanhas políticas.....	42

CAPÍTULO III - INTERNET E POLÍTICA: ENQUADRAMENTOS TEÓRICOS	62
1. Dos primórdios da Internet à Web 2.0.....	62
1.1 As características da Internet e as ciberfacilidades.....	64
1.2 Web 2.0: interação, participação e inteligência coletiva.....	75
2. Os aspectos normativos das teorias ciberdemocráticas.....	78
2.1 As abordagens ciberdemocráticas de individualistas-liberais, comunitaristas e deliberacionistas.....	81
2.1.1 A concepção liberal.....	83
2.1.2 A concepção republicana-comunitarista.....	87
2.1.3 A concepção deliberativa.....	90
2.2 O uso da Internet conforme as concepções legalista, competitiva, plebiscitária, pluralista, participativa e libertária de democracia.....	100
2.2.1 A democracia legalista.....	101
2.2.2 A democracia competitiva.....	103
2.2.3 A democracia plebiscitária.....	106
2.2.4 A democracia pluralista.....	107
2.2.5 A democracia participativa.....	110
2.2.6 A democracia libertária.....	112
3. Questionamentos às teses de democracia digital.....	113
3.1 As implicações sociais e políticas negativas da Internet.....	116
4. Para além do determinismo tecnológico: avaliando o meio, os usos e o contexto....	136
CAPÍTULO IV - EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS NO PLEITO PRESIDENCIAL DA ARGENTINA EM 2007	142
1. Acesso à Internet e perfil político do internauta argentino.....	144
2. Contextualização do pleito presidencial de 2007.....	149
3. A plataforma interativa de programa de governo do <i>website</i> de Saá: apresentação e análise dos dados.....	163

CAPÍTULO V - EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS NO PLEITO PRESIDENCIAL DO CHILE EM 2009	186
1. Acesso à Internet e perfil político do internauta chileno.....	187
2. Contextualização do pleito presidencial de 2009	192
3. A plataforma interativa de programa de governo do website de Ominami: apresentação e análise dos dados.....	203
3.1 Constrangimentos e incentivos à participação no fórum <i>online</i>	205
3.2 Inclusividade, Diversidade da Participação e Reciprocidade do Debate...	209
3.3 Heterogeneidade e debate crítico racional.....	211
3.4 Respeito mútuo e identificação.....	217
3.5 Tematização e conteúdo.....	222
3.6 Efetividade do fórum.....	225
3.7 Conclusões parciais do capítulo.....	228
CAPÍTULO VI - EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS NO PLEITO PRESIDENCIAL DO BRASIL EM 2010.....	232
1. Acesso à Internet e perfil político do internauta brasileiro.....	233
2. Conjuntura prévia e o contexto eleitoral brasileiro em 2010	237
3. Normatização do uso da Internet nas eleições de 2010	272
4. As plataformas interativas de programa de governo dos <i>websites</i> de Serra e Marina Silva: apresentação e análise dos dados.....	275
4.1 Constrangimentos e incentivos à participação nos fóruns online	280
4.2 Inclusividade, Diversidade da Participação e Reciprocidade do Debate...	286
4.3 Heterogeneidade e debate crítico racional.....	289
4.4 Respeito mútuo e identificação.....	291
4.5 Tematização e conteúdo.....	298
4.6 Efetividade dos fóruns.....	301
4.6.1 Efetividade dos fóruns de José Serra	302
4.6.2 Efetividade dos fóruns de Marina Silva	313
VII - CONCLUSÃO	328
VIII - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	352

I - INTRODUÇÃO

O interesse suscitado pela incorporação das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação - NTIC's ao âmbito da política guarda relação com uma das principais agendas de pesquisa da Ciência Política contemporânea: a questão da qualidade democrática.

Considerando a difusão da democracia pelo mundo nas últimas décadas, e dada a consolidação de grande parte das experiências democráticas, mudaram-se os termos do debate, que passaram a centrar-se em como aprimorar este sistema de governo: "In recent years, social scientists as well as democracy practitioners and aid agencies have sought to develop means of framing and assessing the quality of democracy" (DIAMOND; MORLINO, 2004, p. 1).

Nas democracias ocidentais percebe-se uma progressiva preocupação entre acadêmicos e líderes políticos no que tange à desvinculação dos cidadãos em relação à política (PUTNAM, 2000; PATTERSON, 2002; CAPPELA; JAMIESON, 1997). No sentido de envolver a cidadania com a política contemporânea, o advento da Internet, em particular, foi saudado com otimismo principalmente pelas novas capacidades de interação em comparação às mídias tradicionais (GIBSON, 2008).

Com este pano de fundo, a linha de pesquisa sobre Internet e política tem demonstrado grande vitalidade. O rápido crescimento do uso da Internet nas democracias ocidentais durante as duas últimas décadas tem provocado muita especulação sobre suas implicações sociais e, particularmente, políticas. Tem interessado o uso da potencialidade das novas

tecnologias para ampliar a conexão entre cidadãos e políticos, bem como a qualidade democrática dessas relações (DAHLGREEN, 2003; NORRIS, 2005; BENNETT, 2003; CHADWICK, 2006).

A literatura temática foi marcada inicialmente por assertivas demasiadamente extremistas: por um lado, as ciberentusiasmadas, que atribuíam às características próprias da rede (descentralização, interatividade, simultaneidade, supressão espaço-temporal) um potencial transformador quase automático; por outro, as ciberpessimistas, que insistiam em apresentar um conjunto de restrições e aspectos negativos da Internet que poderiam exacerbar os problemas da democracia, apresentando posições tecnofóbicas, anti-utópicas e céticas.

Esta literatura, marcada inicialmente por uma forte concepção de *determinismo tecnológico*, que pressupõe que as mudanças no campo da técnica condicionam imediatamente transformações mais amplas no conjunto da sociedade, cede lugar, mais recentemente, a nova onda de análises, principalmente balizada em evidências empíricas, que busca avaliar as possibilidades e limites do uso da Internet no tocante à melhoria das funções representativas e participativas das democracias contemporâneas.

Apesar de recente, o campo comporta uma diversidade de temas e perspectivas analíticas. Esta tese concentra-se em um aspecto específico deste universo: o emprego da Internet em campanhas eleitorais. Mais especificamente, nosso foco são as interfaces interativas dos *websites* dos presidenciáveis no contexto do Cone Sul.

Na mesma direção que Albuquerque e Martins (2010), avaliamos que a investigação do uso da Internet por partidos e candidatos, apesar de recente, demonstra sinais de crescente consolidação, devido ao volume significativo de trabalhos, à gradativa ampliação da abrangência geográfica dos estudos de caso, ao surgimento de análises comparadas e à existência de uma agenda consideravelmente estruturada de pesquisa.

Justificamos a relevância do presente estudo em termos empíricos, teóricos e metodológicos. Do ponto de vista *empírico*, diversas experiências nacionais e internacionais demonstram o crescente papel desempenhado pela Internet nos processos eleitorais para provisão de informação, recrutamento de voluntários, mobilização, angariação de fundos, participação e interatividade (BENTIVEGNA, 2006). A cada processo eleitoral amplia-se o repertório de ferramentas e iniciativas ciberpolíticas: notícias, vídeos, ação política na blogosfera, marketing viral, serviços de SMS, debates na rede eletrônica, comunidades virtuais e redes sociais, angariação de recursos online, dentre outras (DADER, 2009).

Gradativamente, partidos políticos e candidatos estão fazendo uso de uma variedade de ferramentas de comunicação eletrônica em suas campanhas eleitorais. Essa mudança no panorama da comunicação eleitoral tem suscitado diversas perguntas de pesquisa concernentes às novas formatações da política na era da Web 2.0¹ e suas implicações. Assim, o ambiente da pesquisa científica tem buscado acompanhar este cenário e a linha de investigação sobre Internet e eleições tem despertado interesse acadêmico sem precedentes (CHAIA; BRAGA, 2009).

Não obstante, o volume de produção tendo como referência os países de recente (re)democratização do Cone Sul é, todavia, relativamente incipiente, visto que grande parte da produção temática existente concentra-se no uso político da Internet nos Estados Unidos e em alguns países da Europa (CARLSON; DJUPSUND, 2001). No entanto, não é evidente a possibilidade de generalizar as conclusões de tais investigações a outras nações e, particularmente, ao contexto do Cone Sul.

Esta investigação tem como escopo contribuir para suprir esta lacuna, empreendendo uma análise do uso da Internet em campanhas

¹ Web 2.0 é um termo que surge em 2004, cunhado por Dale Dougherty e popularizado pela empresa norte-americana *O'Reilly Media*, para designar uma nova geração de aplicativos que pressupõe um uso diferenciado da Internet como uma plataforma participativa, cujos princípios são de tirar proveito da inteligência coletiva e promover uma ética de cooperação (O'REILLY; BATTELLE, 2009). No Capítulo III retomaremos esta discussão.

presidenciais no Cone Sul. O recorte espaço-geográfico, portanto, são os três principais países da região mais meridional da América do Sul: o Brasil, a Argentina e o Chile. O Cone Sul possui características em termos das quais difere de outras democracias que foram objetos de análise do uso político da Internet, cabendo enfatizar sua grande heterogeneidade e variações na cultura política, instituições e sistema político-partidário.

Outro aspecto empírico que atribui relevância ao nosso estudo é o caráter singular das experiências participativas encontradas nos *websites* eleitorais de alguns candidatos brasileiros, argentinos e chilenos: as plataformas interativas para construção colaborativa de programas de governo. São raras experiências similares de uso da web para construção colaborativa de programa de governo em outras democracias mundo afora². A primeira experiência relatada na literatura ocorreu na França, por meio do *website* *Désirs d'avenir*, onde militantes e simpatizantes socialistas participaram ativamente de fóruns de discussão, coordenados por Ségolène Royal (MONTERO, 2009) e, após um ano do início das discussões online, em fevereiro de 2007, o programa eleitoral de Royal "Uma França mais justa será uma França mais forte" apresentou as conclusões dos mais de 6.000 debates participativos online.

A primeira experiência que encontramos na América Latina, e que é analisada nesta tese, foi o fórum de debates de propostas de governo no *website* do candidato à presidência da Argentina no pleito 2007, Alberto Rodríguez Saá que, talvez por seu ineditismo, consistiu em uma iniciativa bastante rudimentar; posteriormente, na corrida eleitoral de 2009 este tipo de iniciativa foi desenvolvido na página web do candidato chileno Marco Enríquez Ominami, uma experiência já bastante aprimorada e, por fim,

² A literatura aponta que o sistema político-eleitoral é variável explicativa para distintos usos da Internet. Em geral, os políticos utilizam mais intensamente as webs nas democracias onde o sistema político-eleitoral situa os candidatos (e não os partidos) no ponto central da competição, como sucede nos Estados Unidos, ou em menor medida na Finlândia e França (KARLSEN, 2007; CARLSON; STRANDBERG, 2005; VEDEL, 2006 apud ANDUIZA, 2009) e acrescentamos também o Cone Sul. Este dado contrasta com as democracias parlamentares, como a Espanha, por exemplo, em que a direção organizativa da campanha segue dependendo do partido, e assim se reflete também na maior importância do *website* da organização frente à secundária e temporal do líder (DADER, 2009).

verificamos as experiências brasileiras dos candidatos Marina Silva e José Serra, na disputa presidencial em 2010.

Acrescentar evidências empíricas do uso pioneiro e inédito de tais ferramentas interativas e estudos de caso sobre os países do Cone Sul à escassa literatura temática existente, por conseguinte, pode permitir uma compreensão mais íntima das condições sob as quais a Internet representa impacto.

No que tange ao aspecto *teórico*, como demonstram Gomes e Aggio (2009) a partir de um exercício etnográfico sobre a literatura a respeito das campanhas online, grande parte da investigação inicialmente se voltou à análise da funcionalidade informativa dos *websites* eleitorais e à lógica hierárquica e *top-down* dessas páginas web. Posteriormente, a literatura passou a priorizar o teste da hipótese de *equalização*, buscando verificar se o uso político da Internet gera padrões mais igualitários de competição eleitoral e partidária, aumenta a visibilidade dos candidatos de partidos menos expressivos e propicia mais oportunidades para interação entre cidadãos e candidatos; bem como avaliar a hipótese de *normalização*, conforme a qual a Internet não representa diferencial para a participação e tampouco conforma novas práticas políticas, mas sim ocasiona implicações deletérias para o pluralismo da competição eleitoral, por reproduzir e até mesmo agravar as condições desiguais de competição. Atualmente, a literatura tem sido marcada pelo estudo do potencial da Internet para efeitos de mobilização, engajamento e ativismo.

Esta tese centra-se em um aspecto até então relegado nos estudos sobre campanhas online: a interatividade dialógica. Já é um lugar-comum afirmar que a interatividade é o elemento singular da Internet. Não obstante, no que concerne às análises sobre cibercampanhas, estudos sobre o uso de ferramentas interativas como fóruns de discussão e *chat-rooms*, por exemplo, são altamente escassos. As investigações sobre interatividade têm se concentrado na análise estrutural da Internet de acordo com as propriedades e características que fazem parte da infra-estrutura do meio, o que Van Dijk

(1999) denomina de “avaliação estrutural das propriedades objetivas do meio”. É relevante ter em conta o caráter "objetivo" de um dado meio, de modo a compreender seus potenciais comunicativos. Porém, de igual importância é investigar a maneira como os agentes políticos e usuários percebem as capacidades do meio e o uso que fazem dele, o que Van Dijk denomina como “características (inter)subjetivas do meio” (VAN DIJK, 1999, p. 17 apud STROMER-GALLEY; FOOT, 2003).

As características e potenciais de um meio, por si só, não garantem que o mesmo será utilizado ou experimentado por cidadãos e agentes políticos de maneira particular. Neste sentido, compreender um meio intersubjetivamente, isto é, avaliar como as pessoas o utiliza efetivamente, fornece uma perspectiva de análise mais robusta.

Cabe ressaltar que há diferentes gradações de interatividade em *websites*, que vão desde as possibilidades de interação homem-máquina, quando se navega em seus espaços, àquelas onde se verifica a interação do usuário com outras pessoas por meio de artefatos como fóruns de discussão e *chat-rooms* (salas de bate-papo). Neste estudo focamos nas interfaces presentes nos *websites* eleitorais que possibilitassem a interação humana, ambientes de comunicação síncrona ou assíncrona. Como enfatizam Stromer-Galley (2000) e Stromer-Galley e Foot (2003) a interatividade dialógica é um elemento diferenciador das campanhas online, com considerável potencial democrático.

Enquanto numerosos estudos indicam que os partidos e candidatos vinham mostrando-se desconfiados frente à interatividade (WARD, 2008), temendo que a abertura de suas páginas web permitisse a seus oponentes atacá-los e fizesse com que perdessem o controle da agenda de campanha, as transformações observadas nos últimos anos, especialmente nas campanhas de Barack Obama nos Estados Unidos, Nicolás Sarkozy e Segolène Royal na França - além das experiências brasileiras, argentinas e chilenas apresentadas neste estudo - obrigam a matizar tal perspectiva.

La irrupción de las redes sociales, el protagonismo de la pseudointeracción de los blogs de los candidatos y la conexión con la youtubemania y otras nuevas formas de tráfico multilateral de contenidos políticos en la Red, trastocan el papel asignado por los propios partidos a su enclave electrónico y les obligan a rediseñarlo y abrirlo parcialmente a estas otras iniciativas, sólo en parte controladas por sus equipos de campaña (DADER et al., 2011, p. 148).

Considerando que a literatura temática levanta diversas hipóteses a respeito da qualidade democrática nestes novos formatos, mas é ainda permeada excessivamente por conjecturas e limitado conhecimento empírico, partimos para uma experimentação e para a análise do uso destas ferramentas, de modo a apreender o potencial democrático, as possibilidades e limites de tais iniciativas digitais. “É de particular utilidade verificar o quanto são profícuos os espaços públicos virtuais em termos políticos na determinação de agendas, na tomada de decisão política, na negociação da diferença ou na obtenção de compromissos” (FERREIRA, 2010, p. 106).

No que tange ao aspecto *metodológico*, cabe enfatizar que estão sendo desenvolvidas interessantes análises sobre as aplicações que partidos políticos e candidatos têm feito das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação. No entanto, a maior parte desta produção tem enfocado em uma estratégia descritiva dos conteúdos dos *websites* políticos, cujo intuito é mapear seus recursos e funções. A estratégia metodológica mais comumente empregada é a análise de conteúdo de *websites* políticos que, embora tenha assumido uma diversidade de adaptações, segue a proposta de investigação desenvolvida por Gibson e Ward em um seminal artigo de 2000, convertido em modelo-fonte (DADER; CHENG, 2011; PADRÓ-SOLANET; CARDENAL, 2008). Estes estudos compartilham o objetivo de estabelecer uma estrutura de quantificação formal que permita realizar comparações válidas, tanto em termos diacrônicos como sincrônicos.

Em grande parte destes estudos, que analisam *websites* políticos de uma variedade de contextos empíricos, aplicam-se diversas variáveis dicotômicas, que indicam presença ou ausência de elementos estruturais, que dão preciosas pistas a respeito de estratégias, objetivos e níveis de

profissionalismo dos *websites* (GIBSON, WARD, 2000; CARLSON, DJUPSUND, 2001; NEWELL, 2001; NORRIS, 2003; SCHWEITZER, 2005; JOHNSON, KAYE, 2003; LUSOLI; BENTIVEGNA, 2006; DE LANDTSHEER et al, 2001; FERNANDEZ, 2005; IASULAITIS, 2008, 2009; BRAGA et. al, 2009, etc.).

Tal metodologia contempla o nível de análise estrutural, mas não é suficiente para investigar o aspecto singular da rede eletrônica, a interatividade, e as diversas nuances que pode engendrar, como a interação humana. Cabe a ressalva, no entanto, que a referida estratégia de análise era condizente com o perfil dos objetos estudados, uma vez que os *websites* partidários e eleitorais até muito recentemente resumiam-se a páginas estáticas, semelhantes a panfletos eletrônicos, com uma ínfima utilização do potencial interativo da Internet e uma concepção altamente passiva de seus possíveis visitantes.

No entanto, nota-se que atualmente alguns agentes políticos vêm procurando adaptar a lógica da Web 2.0 às suas campanhas e utilizar, ao menos em parte, suas ferramentas interativas, como fóruns de discussões, *blogs*, *microblogs* (*Twitter*), redes sociais, canais no *YouTube*, dentre outras. Neste sentido, novas estratégias de análise tornam-se imperiosas para analisar novos objetos de estudo.

Nesta tese buscamos contemplar dois níveis de análise: a *estrutura* formal do *website* e a *ação* política que nele se desenvolve. Buscamos compreender a relação entre a estrutura on-line e o engajamento político de cidadãos em campanhas eleitorais e no debate de questões políticas. Por tal motivo, nosso interesse específico foi analisar as interfaces disponibilizadas pelos presidentes do Cone Sul em seus *websites* onde pudessem ocorrer discussão, formas de ação política e contato de três vias.

Inicialmente examinamos o lado da oferta, ou seja, as oportunidades estruturais que os candidatos forneceram aos eleitores para a participação e o engajamento on-line e selecionamos os recursos que permitiam interação humana. Posteriormente, nos concentramos no lado da demanda: como os eleitores se apropriaram desses espaços? O debate

resultante seguiu os princípios de participação democrática? Por fim, avaliamos o produto: a natureza das propostas que resultaram do debate e em que medida as mesmas foram (ou eram passíveis de serem) incorporadas aos programas dos candidatos.

Partindo da compreensão de que *websites* eleitorais, a depender de sua forma de utilização pelos agentes políticos, podem oferecer condições estruturais para que a ação política ocorra, corroboramos a afirmação de Schneider e Foot (2002) de que a forma como as interfaces são disponibilizadas podem ser significativas na estruturação da ação online (ou ausência dela) no interior de um *website* eleitoral. Neste contexto, compreendemos a interatividade como uma variável, influenciada pelo contexto e usuário humano, direcionada pelo estímulo e pela estrutura tecnológica (STEUER, 1992).

1. Objetos de investigação


Após a análise dos *websites* de todos os presidencialistas dos últimos pleitos dos três principais países do Cone Sul (totalizando em 27 candidatos) quanto à existência de ferramentas interativas que possibilitassem o modelo de comunicação multidirecional de discurso público³, tomamos como objetos de investigação desta tese as interfaces que previam interação humana e contato de três vias (candidato-eleitor, eleitor-candidato e eleitores entre si) disponibilizadas nos *websites* de candidatos da Argentina, Chile e Brasil.

Portanto, o critério de escolha das cibercampanhas a serem analisadas foi a existência de ferramentas interativas dialógicas. Neste sentido, nossos objetos de análise foram as plataformas para discussão e construção colaborativa dos programas de governo de quatro presidencialistas

³ O *discurso público* é uma modalidade de comunicação interativa de três vias que faz parte do modelo de ciber-interatividade desenvolvido por Ferber, Foltz e Pugliese (2007). Os fóruns de discussão e salas de bate-papo ilustram este formato, pois possibilitam o contato entre emissor e receptor, onde ambas as partes podem enviar e receber mensagens, e permitem, ainda, que os próprios participantes interajam entre si e influenciem a terceiros. Esta discussão conceitual será realizada no Capítulo III desta tese.

da Argentina, Brasil e Chile e o *corpus* empírico desta pesquisa totalizou em 2.727 *posts* analisados. Os candidatos, países e pleitos analisados seguem elencados:

Tabela 1. Candidatos, países e pleitos analisados

País	Ano do pleito	Candidato
 Argentina	2007	Alberto Rodríguez Saá
 Chile	2009	Marco Enríquez Ominami
 Brasil	2010	José Serra
 Brasil	2010	Marina Silva

Fonte: autoria própria

2. Objetivos e perguntas de pesquisa

O objetivo desta investigação foi investigar “se” e “de que forma” o potencial interativo da Internet para interação humana foi empregado pelos candidatos e coligações nas recentes campanhas presidenciais no Cone Sul e “se” e “em que medida” as ferramentas interativas em *websites* eleitorais foram utilizadas para estreitar os laços com o eleitorado durante a campanha política e ampliar a qualidade dos processos democráticos.

O objetivo principal desta investigação foi analisar a lógica da coordenação de campanha dos candidatos na utilização dos fóruns de debates de propostas de governo em seus *websites* oficiais, os constrangimentos e incentivos à participação do cidadão comum e o nível de controle exercido; e por outro lado, a maneira como os internautas interagiram com as campanhas, com os candidatos e entre si a partir destas ferramentas, a forma e o teor das trocas discursivas ali realizadas e a natureza das propostas que resultaram desta interação.

Tendo em vista que espaços de conversação *online* como fóruns para debater propostas de governo encetam oportunidade, ao menos em tese, para que cidadãos comuns dialoguem com os candidatos e entre si, se

posicionem a respeito de temas, comuniquem demandas e interpelem os presidenciáveis sobre suas propostas, os mesmos se tornam de particular interesse para investigações empíricas.

As seguintes perguntas de pesquisa orientaram nossa análise:

1. Os fóruns cumpriram, de fato, o propósito anunciado de debater propostas de governo e políticas públicas e aproximar candidatos e cidadãos, possibilitando aos primeiros fazer seus conteúdos programáticos conhecidos e debatidos e aos últimos realizar *inputs* às campanhas, comunicar suas preferências, seus anseios e demandas?
2. Em que medida os agentes políticos e comunicadores políticos incentivaram a interação e a participação do público nos *websites* eleitorais? Foi possível identificar constrangimentos e incentivos que o gerenciamento dos fóruns *online* e o processo de moderação empreendido por parte do *staff* da campanha exerceram sobre os participantes?
3. Qual a forma e o conteúdo das trocas discursivas realizadas nos fóruns de discussão em *websites* de campanha? Em tais dispositivos seguiram-se os princípios de participação democrática, ou seja, os fóruns foram inclusivos, apresentaram diversidade de opiniões, reciprocidade e respeito mútuo? As discussões foram marcadas pela civilidade? Em que medida participaram (ou não) da construção da comunicação consensual e quais foram seus objetivos e resultados?

3. Hipóteses de Pesquisa

Nesta investigação partimos da hipótese de que a disponibilização de fóruns de debate online em *websites* eleitorais cria oportunidade estrutural que pode aumentar a possibilidade de ação política dos cidadãos comuns para comunicar suas preferências, realizar *inputs*, participar da construção de projetos políticos, bem como compelir os candidatos para que delineiem com mais clareza suas plataformas políticas. Não obstante, o tipo de resultado será fruto do desenho da interface e da maneira como os

candidatos e internautas irão utilizar a tecnologia, e não um produto pré-determinado por ela⁴. Assim, o êxito das experiências dependerá da forma como se articularem as regras objetivas, as estratégias eleitorais, o interesse político e a capacidade dos atores envolvidos.

Neste sentido, buscamos testar os seguintes corolários específicos:

H1. O interesse político dos candidatos em empreender diálogo com a esfera civil influencia nos resultados da participação nos fóruns, seja impondo limites e constrangimentos, seja proporcionando incentivos à participação;

H2. As campanhas buscarão tirar proveito do potencial colaborativo das ferramentas 2.0 e se beneficiar da inteligência coletiva; porém, as coordenações procurarão controlar firmemente os fóruns de discussão por meio de moderação, de modo a evitar a perda de controle sobre as mensagens;

H3. É de se esperar que os internautas venham a compelir os candidatos para que tenham maior clareza em suas posições políticas, em especial a respeito de assuntos polêmicos, mas os presidenciáveis procurarão manter o benefício da ambiguidade, visando aumentar o número de eleitores a quem possam agradar⁵;

H4. As plataformas de desenvolvimento de programas colaborativos, mais do que propriamente originar programas de governo, terão um enfoque publicitário estratégico e servirão mais aos propósitos persuasivos e de mobilização, sendo instrumentalizados como mecanismos de aclamação aos candidatos e ataque aos adversários;

⁴ Esta é a visão de Street (2007, p. 849), para quem "we should view deliberation as dependent on design and choice, rather than a predetermined product of the technology".

⁵ Esta discussão sobre o benefício da ambiguidade é desenvolvida por Downs (1999), que afirma que o objetivo primário dos candidatos é ganhar eleições, então buscarão agradar distintos nichos do eleitorado e conquistar o maior número de votos possível. Esta reflexão é retomada por Stromer-Galley (2000) e aplicada em sua análise própria da ambiência da Internet. No decorrer desta tese discutiremos de forma mais detida os apontamentos teóricos dos autores.

H5. Considerando que a própria lógica das comunidades virtuais e fóruns de debate é reunir pessoas com valores, interesses e preocupações semelhantes, os fóruns não serão ambientes propícios à diversidade de opiniões;

H6. Mais do que um mecanismo de debate e deliberação os fóruns serão espaços para expressão de opiniões e seguirão o padrão qualitativo da rede, onde nem toda discussão política segue os princípios democráticos.

4. Metodologia e Estratégias de Investigação

A utilização de ferramentas interativas por partidos e candidatos em seus *websites* eleitorais trata-se de um fenômeno recente e não se verificam na literatura análises específicas de fóruns de discussão de *websites* de campanha. De acordo com a estratégia de análise funcional e estrutural que tem sido comumente adotada para a análise das páginas web de candidatos, os elementos interativos são classificados com variáveis *dummy* como presentes ou ausentes, sem que haja uma análise sistemática dos mesmos.

Embora seja importante identificar se as ferramentas interativas estão presentes em *websites* partidários e eleitorais, não menos relevante é analisar a forma de utilização das mesmas. Ao se categorizar um *website* político a partir da existência ou não de ferramentas interativas, como fóruns de discussão e *chats*, não se responde aos problemas de pesquisa referentes à forma de controle destes espaços pelos partidos e candidatos, ao teor das trocas discursivas neles realizadas, tampouco quanto à qualidade da discussão democrática em tais formatos.

O exame das práticas comunicacionais neste nível de análise representa um grande desafio metodológico, visto que somente é possível fazer afirmações categóricas a respeito da arquitetura de participação ser efetiva, democrática ou não mediante a uma observação direta dos fóruns, a partir da experimentação do uso do dispositivo. Como afirma Velasco (2002),

o trabalho de campo é a situação necessária para que o investigador seja co-partícipe das experiências dos outros, a partir da introdução nos seus circuitos de comunicação e emaranhando-se em suas redes sociais.

Para os propósitos deste estudo, não bastava coletar os dados dos fóruns para uma posterior análise de conteúdo: considerando o caráter efêmero dos *websites* eleitorais, com o agravante de que alguns fóruns foram pós-moderados, tornou-se imperiosa a participação frequente da pesquisadora no interior dos mesmos, para captar rastros digitais da participação cidadã antes que os mesmos fossem eliminados pelos moderadores. A pesquisa nos ambientes interacionais da comunicação mediada pelo computador permite a ausência física do observador, sendo possível tornar-se invisível (HINE, 2004), ver sem ser visto, ou seja, realizar algo como uma “observação não-participante”⁶, onde o pesquisador não interfere, em princípio, na dinâmica da interação observada.

Justamente pelo fato dos objetos de estudo serem recentes, os pesquisadores da área ainda estão empreendendo esforços para desenvolver estratégias de investigação e metodologias de estudo adequadas para analisar a interatividade. Corroboramos a visão de autores como Schneider e Foot (2004), Sudweeks e Simoff (1999) e Howard (2002) no sentido de que as abordagens para a pesquisa no campo de estudos sobre Internet e Política não são, necessariamente, mutuamente excludentes: a Internet é um objeto de pesquisa que possibilita a reconciliação de princípios quantitativos e qualitativos.

Para os propósitos deste estudo, foi realizada uma composição de técnicas que resultaram em um aparato metodológico específico, incluindo

⁶ Embora não haja consenso a respeito das nomenclaturas das técnicas de investigação aplicadas no ambiente da Internet, há acordo de que este é um meio extremamente singular. Embora pareça impossível observar sem participar, ou seja, para alguns etnógrafos virtuais esta também é uma forma de participação, conforme ressalta Adriana Braga (2006) interessa que, definitivamente, trata-se de uma participação muito peculiar, na medida em que é possível para o pesquisador ver sem ser visto, não interferindo em princípio na dinâmica da interação observada. É essa participação (mesmo que invisível) que possibilita “uma compreensão detalhada dos significados compartilhados por seus membros e da rede de significação em questão”, bem como uma descrição e análise mais densa.

observação das interações mediadas pelo computador, coleta de dados e análise de conteúdo. O modelo apresentado consiste em um primeiro esforço metodológico para desenvolver uma estratégia de investigação de fóruns de discussão estabelecidos na ambiência de *websites* eleitorais.

Para análise e tratamento dos dados, procuramos transformar as principais hipóteses desenvolvidas na literatura em indicadores testáveis empiricamente. Por outro lado, frente à ausência de investigações específicas de fóruns de *websites* de campanha, referenciamos-nos em uma literatura que analisa fóruns de debates sobre temas polêmicos, como aborto, publicidade infantil, feminismo e a comunidade *Usenet* (DAVIS, 1999; WITSCHGE, 2002; WOJCIK, 2008; GRÖNLUND et al., 2007; SCHNEIDER, 1997), bem como nas pesquisas empíricas de avaliação da qualidade da deliberação *online* (STEENBERGEN et al., 2003; DAHLBERG, 2002, 2004; BÄCHTIGER et al, 2009; STROMER-GALLEY, 2007; WALES et al., 2010; SAMPAIO; MAIA; MARQUES, 2010; MENDONÇA; PEREIRA, 2011), sobretudo na proposta analítica *Discourse Quality Index* (DQI), suas variações e diversas aplicações.

A avaliação da qualidade das discussões foi empreendida de acordo com oito dimensões de análise, que foram operacionalizadas com alguns indicadores, qualitativos e quantitativos, conforme explicitado na Tabela 2.

Tabela 2. Modelo de análise dos fóruns de discussão de propostas de governo

Dimensão de Análise	Indicador	Classificação
<i>I. Constrangimentos e incentivos à participação</i>	Regras formais, papel da moderação e gerenciamento por parte do <i>staff</i>	Função do moderador do fórum como Gestor, Árbitro ou Mediador
<i>II. Inclusividade e Diversidade da Participação</i>	Número de mensagens postadas e concentração de <i>posts</i> por participante	<i>One timer</i> ou escala cardinal (2 a 5, 6 a 10, 11 ou mais)
<i>III. Reciprocidade do debate</i>	Porcentagem de comentários com base na apresentação de marcas de reciprocidade	Monológico ou Dialógico

		Respeitosa ou Neutra
<i>IV. Respeito mútuo</i>	Nível de respeito ou desrespeito (<i>flames</i>) e em relação a quem, mediante ao uso de estereótipos e descrições ofensivas	Sem respeito: rude ou incivil Desrespeito a: moderadores, candidatos, argumentos, terceiros (indivíduos, adversários), grupos ou instituições
<i>V. Identificação</i>	Perfil do participante quanto à auto-identificação ou participação anônima	Identificada, Anônima
<i>VI. Grau de Heterogeneidade</i>	Diversidade de opiniões, argumentos e pontos de vista	Consensual ou posicionamento crítico
<i>VII. Tematização e Conteúdo</i>	Categorização do conteúdo dos posts. Mapeamento do teor das mensagens postadas nos fóruns	Campanha, Aclamação Ataque a adversários Propostas ou comentários para fomento ao programa de governo
<i>VIII. Efetividade da interface participativa</i>	Incorporação de propostas feitas pelos cidadãos no documento programático final ou <i>feedback</i> em relação às propostas não incorporadas por não contemplarem o perfil da candidatura	Efetiva ou não efetiva quanto aos resultados

Fonte: autoria própria

5. Estrutura da Tese

Esta pesquisa está estruturada da seguinte forma: após esta *Introdução (Capítulo I)*, no *Capítulo II. Dos comícios à Internet: A midiatização das campanhas eleitorais e a comunicação política em perspectiva histórica* buscou-se inicialmente analisar o status das campanhas eleitorais na literatura temática e posteriormente realizar uma revisão da literatura internacional a respeito da midiatização e modernização das eleições e suas implicações para o debate democrático e a participação

política. Dividimos, para efeitos analíticos, a forma de realização das campanhas políticas em três diferentes fases, também rotuladas de campanhas pré-modernas, modernas e pós-modernas. Analisamos, neste ínterim, a introdução das NTIC's nas campanhas políticas e a mudança de paradigma da comunicação política nas eleições.

No *Capítulo III. Tecnologia e Democracia: Enquadramentos Teóricos* realizamos uma revisão da literatura inicialmente situando a Internet desde seus primórdios até a forma como a conhecemos atualmente, a partir do enquadramento Web 2.0, com recursos técnicos que ampliam as possibilidades de interação social. Posteriormente, o intuito foi avançar na compreensão teórica sobre Internet e democracia, a partir da discussão dos aspectos normativos das teorias ciberdemocráticas. Em seguida, buscamos dialogar com a literatura que levanta questionamentos às teses de democracia digital, a qual se divide em críticas que se dirigem propriamente à arquitetura técnica da Internet e questionamentos destinados ao conjunto de representações empolgadas sobre a rede eletrônica, cujos autores não se importaram em oferecer bases concretas aos seus pressupostos. No entanto, por compreender que ambas as posições, otimista e pessimista, apresentam problemas conceituais, pois os ciberotimistas adotam como posição indefectível que a nova infra-estrutura tecnológica é, por si só, constitutiva de novas possibilidades, apresentamos nossa posição de que a tecnologia está inserida em contextos sociais e está sujeita a usos que podem fazer seus vários potenciais não realizáveis. Avaliamos, ainda, que os ciberpessimistas exageram no sentido oposto, ao preterirem as potencialidades da Internet e até mesmo adotarem uma posição tecnofóbica. A presente investigação visa analisar a questão para além da dicotomia estabelecida entre cétricos e otimistas.

Os próximos capítulos da tese (IV, V e VI) são empíricos, nos quais se apresentam os estudos sistemáticos sobre os fóruns de debate de programa de governo dos *websites* eleitorais de presidenciáveis do Cone Sul. A apresentação dos estudos de caso segue um critério temporal em relação aos pleitos eleitorais. No *Capítulo IV. Experiências interativas no pleito*

presidencial da Argentina em 2007 está o estudo do fórum de discussão de propostas de governo do candidato Alberto Rodríguez Saá; posteriormente, no *Capítulo V. Experiências interativas no pleito presidencial do Chile em 2009*, analisamos o caso do fórum de debate de programa de governo do candidato Marco Enríquez Ominami e, por fim, no *Capítulo VI. Experiências interativas no pleito presidencial do Brasil em 2010*, apresentamos a investigação das plataformas para construção colaborativa de programa de governo dos candidatos José Serra e Marina Silva. Os três capítulos empíricos seguem a mesma estrutura: inicialmente são apresentadas as estatísticas de acesso à Internet, provenientes de fontes de dados secundárias, e é realizada uma contextualização das eleições presidenciais do pleito em análise, do ambiente sociopolítico e os resultados eleitorais. Na sequência adentramos na investigação empírica dos fóruns de discussão dos *websites* eleitorais dos presidencializáveis, seguindo os procedimentos detalhados no item *Metodologia* desta Introdução.

Na *VII. Conclusão*, após a apresentação dos resultados das análises dos fóruns de debate de cibercampanhas nos países do Cone Sul, retomamos as perguntas de pesquisa iniciais e contrastamos os dados da análise empírica com as questões teóricas e hipóteses trabalhadas. Desta feita, inferimos as estratégias das campanhas online dos candidatos e, por fim, apresentamos as conclusões da análise teórica e da investigação empírica. E, finalmente, efetuamos uma avaliação comparativa geral entre as quatro experiências dos três países analisadas.

CAPÍTULO II

**DOS COMÍCIOS À INTERNET:
A MUDIATIZAÇÃO DAS CAMPANHAS
ELEITORAIS E A COMUNICAÇÃO
POLÍTICA EM PERSPECTIVA HISTÓRICA**

Capítulo II

DOS COMÍCIOS À INTERNET: A MUDIATIZAÇÃO DAS CAMPANHAS ELEITORAIS E A COMUNICAÇÃO POLÍTICA EM PERSPECTIVA HISTÓRICA

A campanha eleitoral configura-se como um período extremamente importante de uma democracia, quando ocorre o debate, apresentação de propostas e de postulantes que resulta na distribuição de poder em uma sociedade, na seleção dos tomadores de decisão e das tendências políticas (esquerda ou direita, etc.).

As campanhas estão associadas à ocasião em que se convocam eleições e detém, portanto, um elemento simbólico, por legitimarem governos democráticos e líderes políticos mediante a um ritual de renovação nacional (MANCINI; SWANSON, 1996).

A pergunta que tem surgido de forma recorrente na literatura especialmente a partir da virada do século é: campanhas importam?⁷

O debate a este respeito já experimentou algumas ondas, podendo-se distinguir três principais: a interpretação de que as campanhas eleitorais são vitais; a compreensão de que as mesmas não contam, pois são as forças a

⁷ Ilustrativas desta tendência de pesquisa são as obras publicadas com o eloquente título *Do Campaigns Matter?* por Holbrook (1996) e outra organizada por Farrel e Schmitt-Beck (2002).

longo prazo que determinam o voto dos cidadãos e, por fim, a perspectiva de que as campanhas importam, dentre outros fatores.

A *primeira vertente* surgiu nas décadas iniciais do século XX e é associada ao nome de Harold Lasswell, que interpretava a mídia como quase onipotente e seus usuários como consumidores passivos que reproduziam de forma automática aquilo que os meios de comunicação transmitiam (MIGUEL, 2004). A *segunda vertente* refere-se a uma longa tradição de estudos de distintas escolas do comportamento eleitoral: Sociologia Política ou Escola de Columbia⁸, Psicologia Política ou Escola de Michigan e Economia Política ou Escola de Rochester⁹, cujo ponto em comum é a conclusão de que as campanhas eleitorais ou não tinham efeito ou este era muito limitado. A *terceira vertente*, mais recente, enfatiza que a campanha política é um fator, dentre outros, que influencia na decisão do voto. Se por um lado seria exagerado afirmar que as campanhas são os únicos determinantes para o resultado das eleições, também é equivocado preterir seu valor, pois as campanhas importam para o comportamento eleitoral dos cidadãos (FARREL; SCHMITT-BECK, 2002 apud GIBSON; RÖMMELE, 2007).

1. Campanhas eleitorais importam?

Por muito tempo os cientistas políticos não deram muita importância ao estudo das campanhas eleitorais, especialmente pelo fato de que outrora, em grande parte das democracias, os eleitores possuíam

⁸ O trabalho pioneiro foi o *The People's Choice* (LAZARFELD; BERELSON; GAUDET, 1944). Utilizando-se da técnica de análise de painel, os autores concluem que as pessoas que consomem as visões de mundo produzidas pela mídia também as reinterpretem de diferentes maneiras. Os autores criam a teoria do fluxo comunicacional em duas etapas (*two-step flow of communication*): a informação disseminada pela mídia atinge um pequeno número de pessoas, que depois a transmitem para os outros. Existe, portanto, um grupo crucial de *intermediários*. Mais tarde, a teoria do *two-step flow* vai incorporar novos elementos, afirmando que existem inúmeros diferentes grupos de "líderes de opinião", conforme as diferentes áreas de interesse (KATZ E LAZARFELD, 1964) (MIGUEL, 2004, p.95).

⁹ O precursor foi o trabalho *Teoria Econômica da Democracia*, de Antony Downs, que parte do pressuposto de que as decisões tomadas pelos eleitores têm por base cálculos racionais. Esta obra, juntamente com *A lógica da ação coletiva*, de Mancur Olson, é um dos trabalhos pioneiros no campo geral que veio a se tornar conhecido como a teoria da "escolha racional" (*rational choice*) (REIS, 1999).

tamanho identificação partidária e notável predisposição política, que interpretava-se que as campanhas, propriamente, surtiam pouco efeito (GIBSON; RÖMMELE, 2007).

No entanto, uma nova gama de autores passa a levantar argumentos procurando demonstrar a importância das campanhas eleitorais. O ponto de partida parece ser a problemática da aquisição de informações, a partir da retomada da obra de Antony Downs. Para este autor, há custos de aquisição e análise da informação e, portanto, a situação em que se encontram os cidadãos das democracias contemporâneas é de informação imperfeita, pois o protótipo dos eleitores comuns não é o de um supercidadão, o cidadão cívico, cômico de suas responsabilidades frente ao bem comum, para o qual ele contribui desinteressadamente (LEAL, 2005, p. 21); os eleitores dedicam uma parte muito reduzida de seu tempo à política, não sendo esta uma de suas principais preocupações cotidianas.

En lugar de suponer que los votantes debieran estar perfectamente informados durante una elección presidencial, es más apropiado suponer que están imperfectamente informados sobre los candidatos y las políticas (ALVAREZ, 1997, p. 25 apud MARTÍNEZ i COMA, 2008, p. 31).

Não obstante, autores como Lupia e McCubbins (1998) argumentam que a limitação de informação não evita que os cidadãos tomem decisões racionais e acrescentam que há situações nas quais a informação política não é escassa e sim os recursos cognitivos dos indivíduos é que são limitados. Os autores apresentam uma teoria sobre como os cidadãos recolhem e processam a informação, partindo de dois princípios da ciência cognitiva: (1) o processo de aprendizagem é ativo e orientado, ou seja, os indivíduos escolhem o que vão aprender e (2) as pessoas dão significados a novas situações relacionando-as a pessoas ou fatos sucedidos antes, ou seja, vinculam sistematicamente observações cotidianas às suas experiências físicas e emocionais. Este princípio é denominado "*conexionismo*". Sniderman, Brody e Tetlock (1991 apud MARTÍNEZ i COMA, 2008) corroboram a tese de que a tomada de decisões racionais se produz em um contexto de informação limitada.

Nesta linha de raciocínio é razoável supor, portanto, que os partidos e candidatos buscarão minimizar os custos tanto de disponibilidade quanto de assimilação das mensagens, para assim atrair eleitores e conquistar seus votos. Os custos de disponibilidade serão reduzidos mediante a utilização de todos os meios que sejam possíveis para a divulgação de suas mensagens; os custos de assimilação, por sua vez, serão reduzidos mediante a emissão de mensagens que sejam de fácil compreensão (MARTÍNEZ i COMA, 2008, p. 33).

Para Downs (1999) a competição eleitoral (e não a competição no mercado da mídia, como afirmavam outros) resolve o problema da informação política.

Cada partido ou candidato possui interesse em divulgar ao máximo informações que sejam favoráveis a si ou desfavoráveis a seus oponentes. Como resultado, os eleitores terão disponível, a baixo custo, uma quantidade razoável de informação relevante; terão disponível, em especial, o contraditório político, já que estarão submetidos a versões divergentes sobre o que é a realidade social, quais os problemas mais candentes e suas soluções, quem são os agentes políticos, quais os seus compromissos (MIGUEL, 2004, p.99).

Considerando que os eleitores dispõem de poucos incentivos para informar-se e, não obstante, tomam decisões, então há que se averiguar quais são os referentes cognitivos e os parâmetros que as balizam. É neste sentido que diversos autores se perguntam como é possível que a grande maioria dos cidadãos atue como se estivesse plenamente informada quando a evidência empírica demonstra o contrário.

Uma resposta a esta questão foi proposta por Samuel Popkin (1991), autor que cunha o conceito de "*racionalidade de baixa informação*" para descrever o comportamento do eleitor: "My theory of how voters reason is a theory of low-information rationality which emphasizes the sources of information voters have about politics, as well as their beliefs about how government works" (POPKIN, 1991, p. 9).

Para o autor, como o eleitor não tem incentivos para buscar informações políticas, pois esse processo apresenta custos, os dados com os quais trabalha são subprodutos de informações advindas de outras atividades - pessoais ou econômicas, por exemplo (LEAL, 2005, p. 21), combinando a aprendizagem com a informação da experiência passada, a rotina diária, os meios de comunicação e as campanhas políticas:

The term *low-information rationality* - popularly known as "gut" reasoning - best describes the kind of practical thinking about government and politics in which people actually engage. It is a method of combining, in an economical way, learning and information from past experiences, daily life, the media, and political campaigns. This reasoning draws on various information shortcuts and rules of thumb that voters use to obtain and evaluate information and to simplify the process of choosing between candidates. People use shortcuts which incorporate much political information (POPKIN, 1991, p.7).

Portanto, para Popkin, o eleitor tende a buscar *atalhos informativos* para eliminar custos de acesso à informação sobre questões políticas. Os critérios básicos que utilizam estes eleitores para tomar suas decisões são conhecidos como *heurística* (KAHNEMAN; SLOVIC; TVERSKY, 1982 apud MARTÍNEZ i COMA, 2008).

Um exemplo de critério heurístico são as *avaliações econômicas retrospectivas* (KEY, 1967; FIORINA, 1981 apud HOLBROOK, 1996, p.9)¹⁰. O *voto retrospectivo* é um atalho informativo efetivo (a respeito de testes empíricos ver Holbrook (1996) no contexto norte-americano e Azevedo (2011) para o caso brasileiro)¹¹. Os eleitores retrospectivos voltam a votar naqueles candidatos que, conforme sua avaliação, desempenharam uma boa gestão de

¹⁰ De acordo com Holbrook, o trabalho de Fiorina (1981) fornece uma estrutura muito mais elaborada do mecanismo do voto retrospectivo em comparação à obra de Key, pois constrói a argumentação no sentido de que os eleitores retrospectivos não precisam conhecer os meandros da política (HOLBROOK, 1996, p. 9).

¹¹ Holbrook testa empiricamente esta heurística acionando dados dos Estados Unidos, mostrando que nas quatro eleições nas quais o presidente obteve mais de 60% dos votos foram os anos em que o crescimento econômico foi mais intenso. Na mesma linha de argumentação, Azevedo (2011, p. 100) demonstra que no contexto brasileiro, nos pleitos de 2006 e de 2010, o ambiente econômico predominou sobre o cenário político favorecendo o "voto econômico", "onde os grandes responsáveis pelo voto governista foram os eleitores com renda abaixo de dez salários mínimos, ou seja, os segmentos populares e a chamada "nova classe média", cuja decisão eleitoral foi tomada a partir do "voto retrospectivo" que premiou a gestão Lula".

governo. Portanto, a percepção do estado do país é toda a informação necessária para que o eleitor emita seu voto. Neste sentido, o voto se baseia na importância das tendências em longo prazo onde as eleições são somente o “referendum sobre a atuação do partido ou do candidato no governo” (HOLBROOK, 1996, p. 34). A literatura a respeito do voto econômico

[...] endossa a afirmação de Lewis-Beck (1988, p.183) de que os bons tempos mantêm os partidos no poder, os maus tempos os expulsam. Em outras palavras, o eleitor recompensa ou pune o governo pela sua performance econômica levando em conta o que Holbrook chamou de “situação nacional”, ou seja, os dados macroeconômicos (crescimento da economia, inflação, emprego, renda, etc.) ou a sensação pessoal de que está melhorando ou piorando de vida (AZEVEDO, 2011, p. 91).

Outro exemplo de heurística é a *identificação partidária*, que segue a seguinte lógica: o eleitor possui afinidade e confia em determinado partido, assim vota no candidato desta sigla; portanto, a identificação partidária é motivo suficiente para votar nele.

E é nesta linha de argumentação dos atalhos informacionais que a campanha emerge como um elemento importante que faz a diferença no processo político. De acordo com Holbrook (1996, p. 15) a campanha eleitoral é capaz de influenciar a opinião pública devido à sua função primária: a disseminação de informação. A campanha eleitoral não influencia a opinião pública simplesmente porque ocorre, e sim devido à quantidade e tipo de informação que produz. Trata-se, nos termos de Figueiredo et al. (1998), de uma disputa entre retóricas e vence a que convencer mais o eleitorado.

Desta nova gama de argumentos surge o corolário de que a campanha eleitoral reduz os custos informacionais e esta redução se aplica individualmente aos eleitores. De acordo com Popkin (1991), as campanhas políticas fazem a diferença fundamentalmente porque os eleitores dispõem de pouca informação sobre o governo e apresentam incertezas a respeito das consequências das políticas.

If voters had full information and no uncertainty, they would not be open to influence from others, and hence there would

be no campaigns. In reality, voters do not know very much about what government is doing or is capable of doing. Thus they are open to influence by campaigners who offer more information or better explanations of the ways in which government activities affect them (POPKIN, 1991, p. 70).

Portanto, conforme o raciocínio de Popkin, um dos objetivos mais relevantes das campanhas eleitorais é exatamente o de alinhar retalhos de informações que se encontram dispersas (LEAL, 2005). A campanha contribui para a conexão de todas essas informações e finda por facilitar a decisão do eleitor.

Outro argumento acionado a favor das campanhas é o de que um dos atalhos que outrora era amplamente utilizado, a identificação partidária, está atualmente em declínio. Ademais, em muitas democracias, as disputas políticas estão cada vez mais personalizadas e na medida em que a visibilidade dos porta-vozes dos partidos aumenta, “eles tendem a ocupar o espaço das organizações coletivas” (GITLIN, 1980 apud MIGUEL, 2004). A campanha eleitoral, então, é cada vez mais vista como uma disputa entre personalidades, circunstância em que o eleitor “tende a julgar os políticos por critérios de personalidade” (KEETER, 1987 apud MIGUEL, 2004).

Nesta mesma linha de argumentação, Martin Wattenberg (1991 apud LEAL, 2005, p. 20) afirma que, atualmente, assistimos ao fenômeno da ascensão da política centrada nos candidatos. Para o autor, o eleitor contemporâneo não é predeterminado por variáveis sócio-demográficas nem por predisposições partidárias. Neste cenário, há um aumento na volatilidade eleitoral. Quando a opinião pública tende à neutralidade sobre os partidos, é o candidato quem polariza o debate. Atributos pessoais como carisma, aparência, idade, religião, estado de saúde, bem como a imagem de competência, capacidade de gestão e integridade preencheram o espaço deixado vago pela discussão política, sobretudo em disputas pouco ideologizadas. “Focando personalidades, e não ideias ou ideologias, as comparações para o eleitor mediano são mais óbvias e fáceis – e essa busca pela facilitação está especialmente presente na lógica midiática” (LEAL, 2005, p. 20).

Neste cenário, os meios de comunicação desempenham um papel significativo, pois não apenas as personalidades se sobrepõem às organizações, como também o acesso ao eleitorado prescinde da estrutura partidária (MIGUEL, 2004).

É o que argumenta Bernard Manin, para quem em uma série de democracias ocidentais verifica-se um cenário de “metamorfose do sistema representativo”, onde as mudanças resultam de um deslocamento de uma *democracia de partidos* para uma *democracia de público* ou *de audiências*. Para o autor, este é um modelo típico das sociedades ocidentais, no qual o comunicador substitui o líder partidário. As lideranças pessoais passam a conformar relações com os eleitores via meios de comunicação de massa¹², prescindindo da mediação partidária. Utilizando a metáfora teatral para conceituar este tipo de sistema, o cientista político francês afirma que nele “o eleitorado apresenta-se [...] como um público que reage aos termos propostos no palco da política” (MANIN, 1995, p. 28).

Portanto, os argumentos que buscam demonstrar que as campanhas eleitorais importam podem ser resumidos em quatro pontos básicos: (1) há um número significativo de pessoas que decidem como votar durante a campanha; (2) devido ao declínio da identificação partidária, esta é cada vez menos utilizada como atalho informativo do eleitorado¹³; (3) há considerável flutuação de opinião a respeito dos candidatos no decorrer da campanha eleitoral e (4) as eleições estão cada vez mais orientadas para a mídia e

¹² Para autores como Miguel, o cenário brasileiro - e acrescentamos outros países da América Latina - guarda suas peculiaridades. Os problemas que a literatura internacional atribui à influência da mídia, como o declínio dos partidos e a personalização da competição política, no caso brasileiro encontram outras raízes, em especial nas instituições políticas vigentes. “É efeito do próprio sistema eleitoral e de variáveis institucionais de longo curso, cabendo aos meios de comunicação de massa um papel secundário. Isto porque o Brasil adota o sistema de representação proporcional com listas abertas; um dos efeitos de tal sistema é o estímulo à competição intrapartidária nas eleições legislativas” (MIGUEL, 2004, p. 104). Não obstante, devido ao cenário de semi-monopólio privado dos meios de comunicação brasileiros, a centralidade dos meios de comunicação eletrônicos no Brasil é maior do que no mundo desenvolvido (MIGUEL, 2004, p.95).

¹³ É evidente que tal aspecto adota diferentes nuances a depender do contexto. No caso brasileiro, Braga e Pimentel Jr. (2011), retomando os trabalhos de Balbachevsky, 1992; Castro, 1994; Kinzo e Carreirão, 2004 afirmam que a simpatia partidária ainda funciona como heurística efetiva. O dado que sustenta tal afirmação é a dinâmica de estruturação do sistema, que está sendo balizada pelas eleições presidenciais, e que desde o pleito de 1994 tem se concentrado em torno de duas organizações, PT e PSDB.

geram uma grande quantidade de informação que pode ser utilizada pelos eleitores para que os mesmos decidam como votar (HOLBROOK, 1996, p.12). Neste cenário, os atores políticos têm se adaptado à lógica midiática.

Cabe ponderar, contudo, que avaliar que em muitas democracias a identificação partidária praticamente determinava as escolhas eleitorais e atualmente arrefeceu não significa afirmar que nas sociedades contemporâneas os partidos não importam. Os partidos políticos permanecem como instrumentos básicos do jogo político, continuam estruturando a competição, dando forma aos resultados eleitorais e criando o universo conceitual que orienta os cidadãos e as elites no que se refere à compreensão da realidade política. No que tange especificamente à América Latina, os eleitores ainda os reconhecem como referentes, apesar dos sentimentos anti-partidários e da desconfiança manifesta de muitos cidadãos (SÁEZ; FREIDENBERG, 2002).

2. Comunicação política e campanhas eleitorais

Dentre os acadêmicos que se dedicam ao estudo da comunicação durante as campanhas políticas há acordo quanto ao fato desta ter passado por mudanças profundas nas democracias contemporâneas.

O campo de estudos da comunicação política caracteriza-se por analisar o processo de introdução dos meios de comunicação e estratégias comunicativas no âmbito da política e do governo, o qual é contínuo e não um acontecimento. A influência dos meios de comunicação é um processo global, que atinge todas as nações, apesar de suas particularidades (SWANSON, 1995). Embora a experiência de cada país seja *sui generis*, diversos autores identificam pautas gerais que demonstram que praticamente todas as democracias foram afetadas no centro de sua vida política pela ascensão dos meios de comunicação.

Por tal motivo os estudos no campo da comunicação política são empreendidos cada vez mais em perspectiva comparada, à medida que buscam princípios gerais ou implicações em comum nas mudanças que estão ocorrendo

simultaneamente em diferentes países. Os autores que empreendem tais investigações (SWANSON, 1995; SWANSON; MANCINI, 1996; BLUMLER; KAVANAGH, 1999; NORRIS, 2000; PLASSER; PLASSER, 2002; GIBSON; RÖMELLE, 2007, dentre outros) apontam que as mudanças verificadas na comunicação política podem ser observadas de um ponto de vista histórico, bem como a partir de uma perspectiva internacional. Tais transformações afetam, simultaneamente, os partidos, a mídia e o eleitorado (NORRIS, 2000), a sociedade e os meios de comunicação (BLUMLER; KAVANAGH, 1999).

Analisando a questão de forma contextualizada, percebe-se que a comunicação política tem sido sensível (embora também contributiva) a uma ampla cadeia de mudanças exógenas, que extrapolam a esfera da política e da comunicação. Insere-se, portanto, em um processo complexo de *modernização*, ou seja, de diferenciação social, aumento da especialização e surgimento de sistemas peritos, fragmentação da organização social, interesses e identidades, proliferação de diversos estilos de vida e posturas morais e políticas (LUHMANN, 1975; GIDDENS, 1991; SWANSON; MANCINI, 1996); *secularização*, que dilui a deferência e aumenta o ceticismo, o que influencia no questionamento à autoridade em muitas esferas da vida; *individualização*, aumento das aspirações pessoais, do consumismo e diminuição da importância das tradições e instituições estabelecidas, tais como partidos políticos, a família nuclear, a religião dominante; *economicização*, com a crescente influência de fatores econômicos na agenda política e transformação dos cidadãos em consumidores (CANCLINI, 1995)¹⁴; *racionalização e burocratização* progressiva de todas as facetas da organização e administração (WEBER, 1993) e *mediatização*, com a mídia assumindo a centralidade dos processos sociais (BLUMLER; KAVANAGH, 1999, p. 211).

¹⁴ Para Canclini (1995, p.44), o mercado descreditou a atividade política de uma maneira curiosa não apenas lutando contra ela, exibindo-se como mais eficaz para organizar as sociedades, mas também devorando-a, submetendo a política às regras do comércio e da publicidade, do espetáculo e da corrupção. “E num tempo em que as campanhas eleitorais se mudam dos comícios para a televisão, das polemicas doutrinárias para o confronto de imagens e da persuasão ideológica para as pesquisas de marketing, é coerente nos sentirmos convocados como consumidores ainda quando se nos interpela como cidadãos” (CANCLINI, 1995, p.38).

2.1 As três fases das campanhas eleitorais

Entre os pesquisadores que investigam a comunicação política em campanhas eleitorais a partir de uma perspectiva histórica e comparada, há acordo de que houve duas grandes fases no modo de fazer campanha política que precederam a atual (NORRIS, 2000; BARTLE; GRIFFITHS, 2001; BLUMLER; KAVANAGH, 1999; FARRELL; WEBB, 2000). Apesar das diferenças em nomenclatura - *primeira, segunda e terceira fase* (BLUMLER; KAVANAGH, 1999), *campanhas pré-modernas, modernas e pós-modernas* (NORRIS, 2000), tais autores apresentam as práticas dos sistemas de comunicação política em três sucessivas fases. É evidente que toda classificação comporta um elemento arbitrário e as mudanças assumem peculiaridades de país para país. Não obstante, a tipologia desenvolvida na literatura temática, ao estilo dos tipos-ideais weberianos, será aqui apresentada para efeitos analíticos.

Analisando as mudanças nas práticas de comunicação política que parecem ter afetado grande parte das democracias nas últimas décadas, Blumler e Kavanagh (1999) distinguem três fases, as quais se sobrepõem:

In the first, much political communication was subordinate to relatively strong and stable political institutions and beliefs. In the second, faced with a more mobile electorate, the parties increasingly “professionalized” and adapted their communications to the news values and formats of limited-channel television. In the third (still emerging) age of media abundance, political communication may be reshaped by five trends: intensified professionalizing imperatives, increased competitive pressures, anti-elitist populism, a process of “centrifugal diversification,” and changes in how people receive politics (BLUMLER; KAVANAGH, 1999, p. 209).

2.1.1 A primeira fase das campanhas políticas

A primeira fase das campanhas políticas, denominada por alguns autores como *era pré-moderna* (NORRIS, 2000), teve origem nas democracias do século XIX, com a expansão do direito de voto e estendeu-se

até meados dos anos 1950. Esta fase pode ser caracterizada como um *party-dominated communication system* (PLASSER; PLASSER, 2002), pois a comunicação política se baseava na força da organização local do partido.

Considerando que especialmente as duas primeiras décadas após a Segunda Guerra Mundial foram consideradas a “idade de ouro dos partidos políticos” (JANDA; COLMAN, 1998 apud BLUMLER; KAVANAGH, 1999), em que se verificava um elevado nível de confiança nas instituições políticas (HALLIN, 1992 apud BLUMLER; KAVANAGH, 1999), neste período o sistema político era a principal fonte de iniciativas e de debate para a reforma social e o sistema partidário estava intimamente ligado ao eleitorado. Eram visíveis as diferenças programáticas entre os partidos, os conflitos políticos eram baseados em clivagens e os eleitores eram guiados por forte identificação partidária. Tais características são compatíveis com a fase de *democracia dos partidos*, conforme a tipologia desenvolvida por Manin (1995).

É neste sentido que os pesquisadores que investigavam a comunicação política e o comportamento eleitoral (LAZARSFELD, 1944; KEY, 1964; CAMPBELL et. al., 1960; LIPSET; ROKKAN, 1967 apud NORRIS, 2000) sustentavam que a estabilidade do eleitorado era apoiada em lealdades sociais e partidárias duradouras, por isso o principal papel das campanhas eleitorais era o de reforço das predisposições políticas e não de convencimento.

Considerando que a forma de ação do partido nesta fase era predominantemente de orientação local, a partir de atividades como reuniões políticas e setoriais, em termos organizacionais nas eleições nacionais os partidos recrutavam os candidatos, as campanhas em geral eram curtas e localizadas, de cujo planejamento encarregavam-se os próprios dirigentes do partido, cercados por um número restrito de assessores políticos e por uma base voluntária formada pelos militantes do partido, que executavam ações de campanha não remuneradas (NORRIS, 2000).

As campanhas baseavam-se principalmente em formas diretas de comunicação interpessoal, operações de campanha de porta em porta,

distribuição de panfletos, realização de encontros e comícios partidários. Neste contexto, a comunicação política estava imbricada e fortemente subordinada ao elemento partidário e ao relativamente forte e estável vínculo às instituições e crenças políticas (BLUMLER; KAVANAGH, 1999).

Para os cidadãos, o modelo era, portanto, essencialmente local-ativo, visto que a maior parte das atividades de campanha se concentravam nas comunidades locais, envolvendo atividades políticas mais substantivas (NORRIS, 2001)¹⁵.

Do ponto de vista midiático, nesta primeira fase das campanhas eleitorais a imprensa partidária era o principal meio de informação política mediada, intermediando os partidos e o público. O jornal detinha papel de destaque no quesito informação política e era suplementado pelo rádio e cinema, que eram fontes importantes de informação no período entre-guerras; aliás, foram esses meios que passaram a nacionalizar as campanhas eleitorais (NORRIS, 2000). É evidente que todos estes elementos se desenvolveram de formas diferentes em contextos nacionais particulares, produzindo muitas variações no arquétipo. Ressalta Azevedo (2006), por exemplo, o surgimento tardio da imprensa e dos jornais comerciais no caso brasileiro.

Portanto, o primeiro momento de realização das campanhas eleitorais caracterizou-se pelo contato direto entre eleitores e candidatos, denominado face-a-face, quando o engajamento de militantes partidários era intenso e dominante. A título de sumarização, as principais características das campanhas eleitorais tradicionais ou pré-modernas são: (1) a comunicação direta entre candidatos e eleitores, via operações de porta em porta, reuniões e comícios partidários; (2) a importância da imprensa partidária, o uso extensivo de painéis, cartazes, folhetos e anúncios impressos e uso do rádio e (3) a organização, planejamento e realização das campanhas pelos partidos políticos (BUTLER; RANNEY, 1992; FARREL, 1996; NORRIS, 2000, 2002; WRING,

¹⁵ Capítulo 6 da obra *Comparing Democracies 2: Elections and Voting in Global Perspective* (LEDUC; NIEMI; NORRIS, 2001) publicado e traduzido na Coleção Estudos da Cidade, junho, Rio de Janeiro, 2002.

2001 apud PLASSER; PLASSER, 2002). Este estilo de campanha permanece na maior parte das sociedades pós-industriais até meados dos anos 1950, quando o advento das campanhas televisivas e a adoção de pesquisas de opinião pública começam a modificar o processo (NORRIS, 2000).

2.1.2 A segunda fase das campanhas políticas

Embora alguns elementos de comunicação política típicos da primeira fase das campanhas eleitorais não tenham sido eliminados e sim complementados, verifica-se a partir da década de 1960 um forte declínio do formato tradicional de campanha eleitoral, com o arrefecimento das reuniões locais, das operações de pedido de voto de porta em porta e, em contrapartida, constata-se o crescimento do envolvimento de especialistas e consultores políticos em campanhas. Até a metade dos anos 80 desenrola-se a segunda fase das campanhas políticas, denominada *era moderna*, momento em que a televisão torna-se o meio de comunicação política por excelência, enquanto a fidelidade partidária do eleitorado diminui (em algumas democracias drasticamente, em outras menos) (NORRIS, 2000).

A partir do século XX há um deslocamento ou arrefecimento das formas tradicionais de comunicação interpessoal para novos formatos mediados. Desta feita, a primeira forma de realização das campanhas eleitorais entra em declínio com o advento da era profissionalizada das campanhas políticas. Nesta segunda fase das campanhas eleitorais os meios de comunicação de massa surgem e assumem centralidade política, substituindo (ou complementando) os canais diretos e pessoais de outrora por outros impessoais e não-dialógicos, em especial a televisão. Marcas distintivas desta fase da comunicação política são: a personalização, a profissionalização e a redução no nível de interação direta entre eleitores e políticos.

Na maioria das democracias pós-industriais os marcos mais importantes para as mudanças na comunicação política são o advento da televisão e a adoção de pesquisas de opinião pública. Enquanto na primeira

fase as organizações partidárias coordenavam as campanhas políticas localmente, as campanhas passaram a ser nacionalmente coordenadas pelo *staff* partidário juntamente com profissionais. A duração da campanha passa a ser muito maior, iniciando-se o planejamento bem antes da data do pleito (NORRIS, 2000). Os voluntários militantes do partido são substituídos (em alguns casos totalmente, em outros parcialmente) por consultores profissionais remunerados, especialistas em propaganda, marketing, pesquisa de opinião pública e profissionais especializados em angariar recursos para financiamento de campanha, a maioria oriunda do mercado e não das fileiras do partido.

Nesta segunda fase das campanhas eleitorais verifica-se a transferência da comunicação partidária para a comunicação via meios de comunicação de massa entre eleitores e candidatos, sendo que a televisão nacional torna-se o principal meio de comunicação.

Nos países onde a imprensa partidária era forte, verifica-se agora uma relação muito mais tênue entre partido e imprensa, visto que esta última buscou tornar-se independente e selecionar as notícias com base na lógica comercial no sentido de maximizar suas vendas (MAZZOLINI, 1987 apud NORRIS, 2001). Os jornais partidários são gradativamente substituídos pela comunicação televisiva; o esforço dos partidos neste momento está voltado muito mais a furar a pauta jornalística dos meios de comunicação de massa no sentido de obter uma cobertura favorável. Como enfatiza Mair (2003), na Europa contemporânea,

os partidos individuais abandonaram a prioridade da manutenção de órgãos de imprensa partidários e competem atualmente uns com os outros pelo espaço e pela atenção dos meios de comunicação nacionais e das cadeias de televisão públicas. Para os eleitores é quase impossível filtrar as mensagens alternativas ou ouvir exclusivamente uma só fonte de informações políticas (MAIR, 2003, p. 287).

Do ponto de vista midiático, nota-se uma redução na frequência de padrões seletivos de exposição à propaganda partidária, já que a maioria dos

partidos passa a ter espaço de inserções na TV (no caso norte-americano com spots pagos e no brasileiro gratuitamente)¹⁶ e também devido ao declínio da importância dos jornais associados aos partidos, especialmente na Europa continental (KIRCHHEIMER, 1966 apud BLUMLER; KAVANAGH, 1999). O advento da televisão amplia a audiência e a penetração da comunicação política, atingindo um setor do eleitorado que outrora era mais difícil de alcançar, porque estava menos exposto aos fluxos de mensagens partidárias.

Ampliam-se, portanto, os padrões quantitativos e diminuem os qualitativos, pois para a maioria dos espectadores, provavelmente, e para aqueles menos interessados em política, sem dúvida, as discussões programáticas, bem como a identificação partidária cede espaço a incentivos de curto prazo, tais como notícias sobre eventos, ações políticas esparsas, escândalos, sucessos e fracassos imediatos.

Diante de um eleitorado mais volátil, os partidos cada vez mais profissionalizados adaptaram suas comunicações para os formatos noticiosos da televisão, centrados na capacidade de comunicação de personalidades, o que inclui a personalização de sua apresentação, devido a um foco maior nos dirigentes partidários. A centralidade da televisão amplia a exposição e a visibilidade e, portanto, a influência dos líderes, gerando um cenário de personalização da política (SWANSON; MANCINI, 1996).

A fim de lidar com as demandas estruturais de um novo meio visual, os candidatos e partidos buscaram aprender novas táticas, adentrando em um novo modelo profissional, que evoluiu para um estilo de campanha altamente cientificizado, com forte apelo sentimental, onde a abordagem comunicativa persuasiva se baseia mais nas pesquisas de opinião do que nas visões cívicas e programáticas ou clivagens ideológicas. Os temas e materiais de campanha são frequentemente submetidos a pré-testes, onde especialistas contratados

¹⁶ O recurso a spots publicitários curtos é utilizado nos Estados Unidos desde a década de 70 (ALDÉ; DIAS, 1998). O padrão brasileiro de Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) se diferencia dos modelos internacionais. Durante o período de campanha eleitoral existem dois grandes blocos de propaganda eleitoral na TV e no rádio, bem como spots distribuídos ao longo da programação (ALBUQUERQUE, 1995).

buscam prever a aceitação ou não do público com antecedência (MAYHEW, 1997 apud BLUMLER; KAVANAGH, 1999).

Neste contexto, surge um novo tipo de profissional no mercado político: os consultores políticos, especializados em comunicação estratégica, construção de imagem, propaganda televisiva, pesquisa de opinião e na utilização de estratégias do marketing (AGRANOFF, 1972 apud PLASSER; PLASSER, 2002).

O emprego cada vez mais intenso de consultores remunerados, pesquisas de opinião, mala direta e uso profissional da televisão em campanhas de longa duração leva a um aumento acentuado nos custos das campanhas, que substituem o trabalho intensivo dos militantes pelo capital intensivo (muitas vezes oriundo de empresas que dependem de regulamentação governamental, de contratos com o governo, concessão de subsídios, além de definições macroeconômicas).

Tal processo foi mais acentuado nos Estados Unidos, devido a especificidades do sistema eleitoral e partidário (fraqueza da organização partidária e dos níveis de democracia interna, ascensão das campanhas centradas no candidato, uso intensivo de capital para publicidade, além da realização de primárias). De acordo com Panebianco (1990), fora dos Estados Unidos o processo foi mais lento devido ao fato dos partidos terem incorporado profissionais aos seus quadros.

A ascensão da campanha moderna está relacionada às mudanças importantes no eleitorado, que passa a apresentar menor vinculação partidária e lealdade a partidos políticos. O voto torna-se menos previsível na medida em que o eleitorado passa a apoiar os partidos de modo condicional, com base em seu desempenho nos governos, imagem e liderança do candidato (NORRIS, 2001).

O desalinhamento partidário, por sua vez, pode ser causa e consequência da pulverização da própria sociedade, a partir da ampla fragmentação de interesses e da emergência de movimentos muito diversos,

bem como uma estratégia partidária para ampliar seus nichos eleitorais. Os estudos mais recentes enfatizam que “os partidos tanto contribuíram para essas mudanças no eleitorado quanto procuraram se beneficiar delas desenvolvendo mais estratégias de “passar o rodo”, concebidas para atrair eleitores de fora do seu núcleo eleitoral” (EVANS; NORRIS, 1999 apud NORRIS, 2001).

Para os cidadãos, a vivência da eleição torna-se mais passiva, no sentido de que o foco principal da campanha é a televisão, tanto os noticiários quanto a propaganda política, de tal forma que muitos eleitores se tornam espectadores mais distantes e desengajados do processo.

Diversos estudos de caso internacionais documentam tais tendências tanto nas democracias consolidadas quanto nas mais recentes e apontam para uma convergência internacional das técnicas e estilos de campanha (BOWLER; FARRELL, 1992; FARRELL; WEBB, 2000; KAVANAGH, 1995; NORRIS, 2000; SCAMMELL, 1995, 1998; WRING, 1996 apud GIBSON et al., 2003; GUNTHER; MUGHAN, 2000 apud NORRIS, 2000).

Tais mudanças são nomeadas como “ascensão do marketing político”, se as técnicas vierem emprestadas do setor privado ou ainda a adoção de formatos, lógicas e estratégias de comunicação tem sido caracterizada como “americanização”, visto que tais técnicas foram desenvolvidas inicialmente nos Estados Unidos (KAVANAGH, 1995; SWANSON; MANCINI, 1996). Outros pesquisadores, ainda que não questionem essas características das campanhas eleitorais, discutem que elas devem ser compreendidas como parte de um processo de modernização e mais genericamente definidas como “internacionalização”, “globalização” ou “profissionalização” (NEGRINE; PAPATHANASSOPOULOS, 1996; SCAMMELL, 1995, 1998 apud GIBSON et al. 2003, p. 49). Tais autores ressaltam que diferenças nacionais entre as campanhas eleitorais permanecem e podem ser relacionadas a fatores tais como os níveis de desenvolvimento econômico, cultura política e regras eleitorais.

Os principais elementos associados à modernização ou às “campanhas políticas americanizadas” apontados por Swanson e Mancini (1996) são: (1) *personalização da política*, onde a escolha eleitoral depende cada vez mais da relação entre eleitores e candidatos, a qual se sobrepõe aos laços tradicionais ideológicos e de confiança entre eleitores e partidos. Tal cenário resulta em enfraquecimento dos partidos políticos do ponto de vista simbólico e estrutural, ao mesmo tempo em que o sistema de mídia de massa ocupa o lugar das ligações simbólicas anteriormente propiciadas pelos partidos políticos; (2) *cientificização da política*, em que os especialistas controlam as decisões que outrora eram tomadas no interior do aparato partidário e empregam métodos sofisticados de pesquisas, angariação de recursos e propaganda política; (3) *distanciamento dos partidos dos cidadãos*, o que dificulta que líderes políticos adquiram conhecimento sobre as necessidades e opiniões dos cidadãos, contato que é substituído pelas modernas estatísticas de opinião pública; (4) *estrutura autônoma da comunicação*, desenvolvimento de uma poderosa e autônoma comunicação de massa, marcada por uma cultura profissional e movida por interesses comerciais, mas que assume funções políticas antes executadas por organizações partidárias e mídias controladas por partidos, como a socialização política e a divulgação de informação para o público sobre política e governo. Ao mesmo tempo, a modernização torna os políticos mais dependentes da mídia e ocasiona a profissionalização da comunicação política e do governo e (5) *transformação dos cidadãos em audiência*, ou seja, a forma principal do cidadão participar das campanhas eleitorais muda do envolvimento pessoal direto para a posição de espectador do espetáculo político (EDELMAN, 1988) transmitido por meio da mídia de massa.

Autores como Gibson e Römelle (2007) e Farrell (2006) constataam a progressiva profissionalização das organizações partidárias e ascensão de um modelo comunicacional mais orientado para o ambiente externo e menos para sua realidade endógena, seus filiados e militantes, bem como a sofisticação aguda das campanhas eleitorais. No entanto, ao contrário de uma gama de autores, preferem avaliar a questão menos normativamente utilizando a

chave analítica de mudança ao contrário de declínio dos partidos como consequência do processo de profissionalização e modernização.

2.1.3 A terceira fase das campanhas políticas

Na terceira fase, denominada *era pós-moderna*, ainda emergente em muitas democracias, é perceptível a ampla fragmentação dos canais de notícias, o surgimento de mensagens cuidadosamente direcionadas a determinados segmentos do eleitorado, o aumento da tonalidade negativa, a intensificação da profissionalização, o aumento da competitividade, o advento da Internet e novas mídias sociais e mudanças na forma como as pessoas se informam sobre política. Esta fase, dos anos noventa em diante, de acordo com Blumler e Kavanagh (1999) é marcada por tensões, novas prioridades de pesquisa e reabre longas questões da teoria democrática, o que será discutido no próximo capítulo desta tese.

A terceira fase das campanhas eleitorais, mais complexa do que suas antecessoras, é caracterizada pela proliferação dos principais meios de comunicação, abundância midiática, ubiquidade, alcance e celeridade. A abundância da comunicação não engloba somente a multiplicação de canais televisivos e estações por via satélite e a cabo, além da digitalização dos sinais; reflete também a proliferação de equipamentos de comunicação, gravadores de vídeo, leitores compactos de discos, videogames e filmadoras. Além da mídia de massa, as notícias políticas, informações e ideias podem ser distribuídas por intermédio do computador. Na essência, muda a maneira como as pessoas recebem informação política (BLUMLER; KAVANAGH, 1999). Considerando este "frenesi" informacional, o tempo para a reflexão política, e consequente julgamento, é comprimido.

Nas campanhas pós-modernas nota-se uma intensificação da profissionalização de todas as atividades de gestão e planejamento da campanha eleitoral, fase em que a dependência dos políticos por assessoria profissional é ainda maior. Enquanto na primeira fase os quadros faziam parte

do partido, escreviam os manifestos e programas de governo, os novos profissionais inseridos nas campanhas políticas possuem habilidades específicas para lidar com a mídia e a comunicação persuasiva, com um perfil mercadológico. Em um sistema de comunicação mais abundante e também mais fragmentado, os especialistas são requisitados para planejar detalhadamente as campanhas políticas, no sentido de atingir os diferentes públicos.

Para Norris (2000, p.140) nas campanhas pós-modernas os consultores políticos, os publicitários, os especialistas em marketing e opinião pública assumem, juntamente com os políticos, papel protagonista não somente nas campanhas eleitorais, mas também no interior dos governos, em um processo de campanha permanente:

Postmodern campaigns are understood as those in which the coteries of professional consultants on advertising, public opinion, marketing, and strategic news management become more coequal actors with politicians, assuming a more influential role within government in a permanent campaign, in which they coordinate local activities more efficiently at the grassroots level (NORRIS, 2000, p. 140).

As campanhas tornam-se altamente estilizadas e minuciosamente planejadas. As mensagens dos candidatos são elaboradas com base nos dados das pesquisas de opinião pública e grupos focais, mediante aos quais o eleitorado é segmentado e estudado em profundidade. Especialmente os eleitores indecisos se convertem em alvo de mensagens calibradas a partir de características sociodemográficas e de informações propiciadas pelos estudos de mercado (PLASSER; PLASSER, 2002, p. 5). Em alguns casos, inverte-se o vetor de propostas políticas. Ao invés dos partidos apresentarem seus programas com base em clivagens ideológicas, adota-se uma abordagem que coloca o “consumidor em primeiro lugar”, pesquisando seus anseios, necessidades e tendências (NORRIS, 2000).

O sistema de mídia torna-se fragmentado e mais complexo nas democracias ocidentais, com múltiplos canais e saídas. A fragmentação da

mídia se faz acompanhar da fragmentação da audiência (MANCINI, 2011 apud AZEVEDO, 2011), o que se deve, fundamentalmente, à disseminação da Internet e das novas mídias sociais, estruturas mais autônomas de comunicação (blogs, facebook, twitter, correio eletrônico, foros, etc.). “Nesse contexto, o consumo da mídia tradicional diminui e o consumo das novas mídias aumenta, e um dos efeitos decorrentes desse fenômeno é a perda da universalidade do público, que tende a se estruturar em nichos a partir de preferências ideológicas, políticas e culturais” (AZEVEDO, 2011, p. 90).

Blumler e Kavanagh (1999) apontam que nesta fase tem aumentado significativamente o nível de ataque e a campanha negativa durante os pleitos. Gurevitch e Blumler (1990 apud PLASSER; PLASSER, 2002) enfatizam que nesta fase nota-se também uma intensificação dos conflitos entre políticos e jornalistas, em um processo de disputa sobre qual versão da realidade política irá alcançar o público.

No que se refere ao comportamento eleitoral, o eleitorado torna-se mais desalinhado, pois o cidadão nesta fase está muito menos identificado com os partidos em comparação aos períodos anteriores (evidentemente o grau varia em cada democracia analisada). E é por conta da diminuição da lealdade partidária e do aumento significativo da volatilidade eleitoral que há, nas campanhas pós-modernas, uma verdadeira “revolução do marketing político” (GUREVITCH; BLUMLER, 1990 apud PLASSER; PLASSER, 2002), onde a prioridade é identificar as necessidades e preferências de nichos do eleitorado.

Sumarizando as principais mudanças das campanhas eleitorais nesta terceira fase, Blumler e Kavanagh (1999) apontam cinco diretrizes principais:

(1) *Intensificação da profissionalização*: os políticos estão cada vez mais dependentes do *know-how* de profissionais para comunicarem-se sem riscos com a mídia e com os cidadãos;

(2) *Aumento da pressão competitiva*: os diversos canais produzem uma grande quantidade de programas com fins de entretenimento. A informação política, neste contexto, compete com uma grande quantidade de cobertura jornalística dedicada cada vez mais aos negócios, à moda, ao esporte e programas sensacionalistas, devido à lógica comercial que rege os sistemas de comunicação;

(3) *Popularização anti-elitista e Populismo*: o fluxo de comunicação política, especialmente na segunda fase das campanhas eleitorais, foi marcado por ser *top-down* (de cima para baixo), onde políticos e especialistas discutiam entre si os temas da agenda política diante de um público passivo (ou impossibilitado de participar). Atualmente a difusão das técnicas para conquistar os eleitores populariza também a política, com o objetivo de adaptá-la aos gostos e à moda vigente. Para alguns autores (DELLI CARPINI; WILLIAMS, 1998) isto significa que o público está desempenhando uma função mais ativa na elaboração de significados sociais e políticos, inspirando-se na narrativa midiática. Para outros, especialmente teóricos europeus influenciados por Habermas, que cunham o termo “esfera pública refeudalizada”, a preferência das massas pelas agendas socioindividuais recoloca a política nas mãos das elites, de modo que aumenta o risco de liderança demagógica;

(4) *Diversificação centrífuga da comunicação*: enquanto na segunda fase a comunicação política era, sobretudo, centrípeta e havia relativamente poucas opções midiáticas, atualmente a multiplicação de canais e a fragmentação do público permitem que os atores políticos produzam e dirijam suas próprias mensagens a nichos determinados de destinatários. Os estudos mercadológicos, a segmentação dos mercados eleitorais para identificar os diferentes perfis de eleitores, o correio eletrônico e a informação via Internet contribuem para produzir este fluxo centrífugo da comunicação política;

(5) *Mudança da forma de recepção das mensagens políticas pelo público*: a abundância dos meios muda também a forma como o cidadão recebe as mensagens políticas. Neste sentido, os hábitos de consumo da

política assemelham-se às modalidades de compra em um supermercado. Conteúdos e mensagens políticas podem surgir em qualquer parte, sem necessidade de um meio informativo tradicional. Com efeito, a política se apresenta cada vez mais diluída na programação televisiva, no cinema e na imprensa, como contaminada por outros gêneros. Por outro lado, os conteúdos políticos se fazem redundantes ao aparecer ao mesmo tempo em distintos meios.

As novas tecnologias e técnicas inovadoras de telemarketing entram na bagagem do marketing eleitoral pela sua capacidade, superior a dos antigos meios, para contatar o eleitor. Para alguns autores, a interatividade entre eleitores e políticos potencialmente permitida pelas novas mídias parece representar um retorno a algumas das formas primitivas de engajamento encontrados no estágio pré-moderno (NORRIS, 2000), mas de uma maneira diferente, como “velhos vinhos em novas garrafas” (CARLSON; DJUPSUND, 2001).

A apropriação da Internet a partir da lógica da Web 2.0 pressupõe mudanças no que tange à comunicação política, dentre as principais estão: (1) a passagem de um modelo de distribuição de mensagens *one to many* (de um a muitos) a outro *many to many* (de muitos a muitos), que faz com que os políticos se insiram nos novos espaços coletivos (as mídias sociais como Facebook e Twitter) com o intuito de influenciar atitudes; (2) a importância crescente dos motores de busca e agregadores de informação online (como o Google), o que amplia a necessidade de constante gestão da reputação online; (3) as novas formas de distribuição das mensagens e conteúdos políticos e da maneira como o público se informa sobre política e (4) a ampliação de canais de comunicação *bottom-up*, ou seja, de baixo para cima, pois os cidadãos se transformam em emissores potenciais por meio de múltiplos canais, como as redes sociais, e também na reprodução dos argumentos nas situações de comunicação interpessoal (GIBSON; RÖMMELE, 2007).

As tecnologias digitais permitem formas de comunicação política híbridas, que podem ser localizadas, esquematicamente, entre o ativismo

local da campanha pré-moderna e as formas passivas de comunicação características da campanha moderna pela televisão. Podem ser citados como exemplos o desenvolvimento de grupos de discussão política na rede, as intranets partidárias, os websites interativos de órgãos governamentais, o uso de correio eletrônico ou de listas para mobilizar e organizar, bem como o uso da web pelos meios noticiosos tradicionais (NORRIS, 2001).

Cabe ressaltar, no entanto, que isto não significa que formas diretas de comunicação não existam mais. Para Norris (2000), as formas diretas de campanha vêm sendo suplementadas mais do que substituídas. A campanha tradicional, construída sobre redes pessoais de voluntários e comunicações face a face entre candidatos e eleitores, continua a ser comum na mobilização dos eleitores em pleitos simples para cargos de nível local, nos partidos pequenos que não podem dispor de amplos recursos, e em países onde as organizações dos partidos de massa mantêm redes de membros ativos (DENVER; HANDS, 1997; BELL; FLETCHER, 1991; CARTY; EAGLES, 1999 apud NORRIS, 2001).

Portanto, como vimos, os modelos de campanha segundo os tipos ideais permitem categorizar as mudanças históricas ocorridas na forma de realizar campanhas eleitorais. É evidente que existem variações de características deste modelo de um contexto para outro, o que se deve a uma série de condições intermediárias, tais como o sistema eleitoral, a regulação das campanhas eleitorais e os recursos organizacionais.

Tais modelos, sumarizados na Tabela 3, são de grande valor heurístico e podem ser utilizados como referência quando se compara estilos de campanha em diferentes países. Apresentamos uma versão combinada a partir de vários pesquisadores, com pequenas modificações, concentrando-nos em classificações essenciais e descrições fornecidas pelos respectivos autores.

Tabela 3. As campanhas eleitorais em perspectiva histórica

Fase	Pré-moderna (séc. XIX a 1950)	Moderna (1960-1980)	Pós-moderna (após 1990)
Organização da campanha	Local e descentralizada, com engajamento de militantes voluntários do partido	Coordenada nacionalmente e crescentemente profissionalizada	Nacionalmente coordenada, mas com operações descentralizadas
Sistema da comunicação política	Centrado nos partidos	Centrado na televisão	Múltiplos canais e meios
Estilo predominante da comunicação política	Mensagens partidárias	<i>Sound-bites</i> , construção da imagem	Fragmentação
Meios (mídia)	Imprensa partidária, cartazes, publicidade em jornais, programas de rádio	Programas televisivos de informação (jornal diário, especiais)	TV local ou de nicho, correio tradicional e email
Formato publicitário predominante	Propaganda impressa, cartazes, panfletos, reuniões locais	Anúncios televisivos, outdoor	Anúncios dirigidos, telemarketing, Internet
Coordenação da campanha	Lideranças partidárias	Coordenação interna, assessores e especialistas externos	Unidades especializadas e assessores especializados
Paradigma predominante	Lógica partidária	Lógica midiática	Lógica do marketing (mercadológica)
Período de duração da campanha	Campanha breve	Campanha longa	Campanha permanente
Gasto eleitoral	Baixo	Alto	Muito elevado
Eleitorado	Comportamento estável, relacionado às clivagens sociais	Erosão da fidelidade\identidade partidária e volatilidade do voto crescente	Voto baseado nos <i>issues</i> (temas) e volatilidade do voto
Feedback	Indagações pessoais locais e reuniões partidárias	Pesquisas de opinião	Pesquisas de opinião regulares, grupos focais e sites interativos

Fonte: Autoria própria, a partir de adaptação de Bumler; Kavanagh (1999), Norris (2001), Plasser; Plasser (2002) e Gibson; Römmele (2007)

É evidente que o desenvolvimento dos meios de comunicação alterou os padrões tradicionais de interação social. A comunicação de massa implica, geralmente, uma transmissão de mensagens de mão única, do emissor para o receptor, ao contrário da situação dialógica de uma conversação, em que aquele que escuta é também um respondente em potencial; dessa forma, a comunicação de massa institui uma ruptura fundamental entre o produtor e o receptor (THOMPSON, 2002).

É possível identificar, já há algum tempo, um grande pessimismo em relação aos meios de comunicação de massa no sentido de proporcionar uma plataforma para conectar representantes e representados, bem como para fornecer informação política qualificada: “La gran restricción de dichos contenidos por razones comerciales, de las simplificadoras rutinas periodísticas y los controles empresariales de los medios desencadenaron hace ya bastante tiempo un pesimismo generalizado” (DADER, 2000, p. 180). McQuail (1998 apud DIMAGGIO et al., 2001) discute que as recentes tendências da mídia, como a comercialização exacerbada, a despolitização e o entretenimento, arruinaram o tradicional papel de informar e envolver os cidadãos em assuntos cívicos e políticos. Esta situação é agravada, em diversos contextos, pelo monopólio privado e pela propriedade cruzada dos meios de comunicação (MIGUEL, 2004).

À crítica sartoriana da “videocracia” e da centralidade da televisão nas democracias contemporâneas (SARTORI, 2001), somam-se a análise da luta competitiva que se estabelece entre políticos e jornalistas para conquistar a atenção do público na “mediocracia” (DONSBACH, 1995) e de autores como Putnam (2000) e Patterson (1993), que avaliam que a cobertura televisiva da política tornou-se eminentemente negativa e pouco substantiva. De acordo com este ponto de vista, os motivos para que os cidadãos sejam politicamente otimistas caíram acentuadamente. Conforme Putnam, o avanço das telecomunicações, especificamente da televisão, mostrou-se deletério à participação, principalmente devido à transformação tecnológica do lazer, pelo fato de isolar os indivíduos e monopolizar seu tempo livre (PUTNAM, 1995, 2000). Patterson (2001) corrobora esta análise apontando dados

empíricos, chamando a atenção para um crescimento dramático das notícias que incentivam o ceticismo político e a desconfiança nas instituições.

Tais teorias da desmobilização política e a hipótese de mal-estar mediático e, mais especificamente, de vídeo-mal-estar (*videomalaise*)¹⁷, enfatizam que a extensiva predominância de enquadramentos negativos em relação à política reforça a descrença dos cidadãos e desencoraja o engajamento e a participação cívica, ou seja, o *media malaise* dá origem ao *political malaise*.

Nesta mesma direção, outros teóricos afirmam que a comunicação política mediada chegou a um estado de crise avançada nas democracias contemporâneas e insistem no fracasso dos meios de comunicação de massa tradicionais (essencialmente a televisão e a imprensa escrita) para enriquecer o processo democrático, cujo resultado é aquilo que Blumler e Gurevitch (1995 apud BARNETT, 1997, p. 198) denominam de “atual crise da comunicação para a cidadania”. Para tais pesquisadores, as mídias tradicionais têm, por uma variedade de razões, tornado-se irremediavelmente hostis para a democracia, servindo, até mesmo, para arruiná-la.

Os autores que possuem tal descrença nos meios tradicionais de comunicação para incrementar a democracia apontam como características deletérias principais a trivialidade (ou banalização), a sensacionalização e a distorção (BARNETT, 1997, p. 198). Outros obstáculos das mídias tradicionais apontados são a produção de fluxos de informação com vetor unidirecional (a mão única da comunicação de massa) e o baixo teor de informação política qualificada, “a que se contrapõe um volume considerável de representações que desqualificam sujeitos, procedimentos e princípios do campo político” (GOMES, 2005, p. 8).

¹⁷ As teorias da desmobilização política e a hipótese de mal-estar mediático e, mais especificamente, de vídeo-mal-estar (*videomalaise*), tem origem nos anos sessenta, com os trabalhos de Lang e Lang (1966); no entanto, à época de seu surgimento não encontraram eco, pois existia um relativo consenso sobre os efeitos mínimos dos meios de comunicação na opinião pública (NORRIS, 2000, p. 5). Somente cerca de uma década depois Robinson (1976) irá retomar esta perspectiva e cunhar o termo *videomalaise*, que se populariza e consolida no final dos anos oitenta e início dos noventa, com diversos estudos (POSTMAN, 1985; PATTERSON, 1993; SCHUDSON, 1995; CAPPELLA; JAMIESON, 1997).

É frente a tais limitações da mídia de massa que muitos pesquisadores passaram a professar maior otimismo com o potencial democrático de novos formatos: verificou-se na Internet a possibilidade de impulsionar a democracia e seus processos, pois as novas formas de comunicação poderiam despertar maior interesse e participação no processo político. Tal entusiasmo com as novas mídias, em particular com a Internet, decorre, em grande medida, de duas suposições:

First, that the traditional or "old" media have, for a variety of reasons, become irredeemably hostile to the cause of democracy and are even serving to undermine it. Second, new media will be able to compensate for the impoverished state of political communication by allowing for the operation of a more direct or enhanced democracy (BARNETT, 1997, p. 194).

A Internet tem sido avaliada positivamente também por outro corpo de teóricos, aqueles que questionam as interpretações de relação causal e direta entre influência da mídia e comportamento político, interpretando-as como inadequadas por não contemplarem a diversidade midiática, as particularidades dos contextos, os tipos de conhecimento político disponibilizados pela mídia, as habilidades cognitivas dos receptores e os sistemas políticos nos quais operam (GAMSON, 2001).

Podem ser citados, neste sentido, os teóricos da mobilização, que se contrapõem à teoria de *videomalaise* e afirmam que os meios de comunicação podem produzir efeitos positivos no que tange à informação e à participação política. Emblemático desta perspectiva é o trabalho de Pippa Norris (2000), que desenvolve a hipótese de *virtuous circle*, que sugere que cidadãos pré-dispostos politicamente se expõem a programas e notícias que reforçam o interesse pela política que, por sua vez, reforçam a participação, formando um "círculo virtuoso". Nesta perspectiva, os cidadãos expostos à informação política e às campanhas eleitorais adquirem maior confiança nas instituições e no sistema político e tornam-se mais participativos politicamente. De acordo com este ponto de vista, determinados tipos de exposição à mídia estão associados a maiores níveis de participação. E a Internet, neste sentido, seria mais uma ferramenta a serviço da informação e

da comunicação política qualificada, reforçando, desta maneira, o ativismo daqueles que já são politicamente engajados.

O debate sobre Internet e política comporta em seu interior distintas compreensões de comunicação política, desde aquelas que “responsabilizam a comunicação industrial de massa pela desvirtuação da esfera pública” a outras que aceitam que “a esfera pública predominante repousa sobre a plataforma da comunicação pública mediada pelos meios de comunicação” (GOMES, 2008, p. 118), e, mais importante, diversas concepções normativas de democracia, envolvendo abordagens factuais e prescritivas, visando o fortalecimento da forma de democracia vigente ou a construção de uma nova ordem democrática e, entre os dois polos, situam-se posições intermediárias (HARTO, 2006).

Na última década, o papel da mídia de massa em conectar cidadãos, partidos e candidatos tem sido complementado nas sociedades pós-industriais pelas novas tecnologias, como a Internet (NORRIS, 2003, p. 22). A *World Wide Web* (WWW) está sendo crescentemente utilizada enquanto instrumento de comunicação nas campanhas eleitorais em grande número de democracias contemporâneas.

Enquanto há acordo de que a comunicação política mediada está em transição, não se verifica consenso em relação às consequências destas mudanças. Muitos esperam e outros temem que as novas tecnologias, e em particular a Internet, tenham capacidade de alterar a democracia para o mal ou para o bem. Este será o assunto do próximo capítulo desta tese.

CAPÍTULO III

**INTERNET E POLÍTICA:
ENQUADRAMENTOS TEÓRICOS**

Capítulo III

INTERNET E POLÍTICA: ENQUADRAMENTOS TEÓRICOS

1. Dos primórdios da Internet à Web 2.0

Durante as últimas décadas o mundo tem vivenciado - em meio a grandes discussões e variadas hipóteses - um processo de extraordinária inovação tecnológica e evolução das técnicas de comunicação e informação.

Dentre as denominadas Novas Tecnologias de Informação e Comunicação - NTIC's a mais exemplar é a Internet, "a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores - CMC" (CASTELLS, 1999, p. 327), que consiste numa rede extremamente ampla e descentralizada de computadores, dotados de capacidade de comunicação sem a utilização de centros de controle. Esta rede de computadores é capaz de conectar pessoas e informações por meio de esquemas digitais.

A origem da Internet remonta ao contexto da Guerra Fria, quando foi concebida como parte da estratégia militar de defesa norte-americana, na década de 60 do século passado, no interior da Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos (DARPA). O objetivo era projetar um sistema de comunicação invulnerável a ataque nuclear, para impedir a tomada ou destruição do sistema norte-americano de

comunicação pelos soviéticos, em caso de embate militar (CASTELLS, 1999, p. 25-6).

Para tanto, foi desenvolvida uma arquitetura de rede com base na tecnologia de comunicação por *comutação de pacotes*, sistema que tornou a rede, composta por milhares de computadores autônomos, “independente de centros de comando e controle, de modo que as unidades de mensagens encontrariam suas rotas ao longo da rede, sendo remontadas com sentido coerente em qualquer ponto dela” (CASTELLS, 1999, p. 375).

A primeira rede foi iniciada em 1969 e designada Arpanet, em homenagem à sua patrocinadora. O financiamento inicial da Internet, portanto, foi de origem militar. A rede que se formou durante a década de 80 foi denominada Arpa-Internet, posteriormente de Internet, naquele momento ainda custeada pelo Departamento de Defesa e operada pela Fundação Nacional da Ciência (CASTELLS, 1999).

Convém ressaltar que a Internet foi elaborada, desde o princípio, a partir de uma rede internacional de cientistas e técnicos que desenvolviam tecnologias em cooperação, inclusive quando esta se encontrava no interior do Departamento de Estado dos Estados Unidos e que tais cientistas passaram a utilizar a rede eletrônica para diversas finalidades e tipos de comunicações (CASTELLS, 1999, 2003).

Deste modo, a Internet se desenvolveu a partir da interação entre ciência, pesquisa universitária, programas de pesquisa militar, contracultura radical libertária e cultura empresarial que, 25 anos depois se encarregou de articular Internet e sociedade: “uma combinação curiosa” (CASTELLS, 2003, p. 257). A rede eletrônica, a partir de então, “foi apropriada por indivíduos e grupos no mundo inteiro e com todos os tipos de objetivos, bem diferentes das preocupações de uma extinta Guerra Fria” (CASTELLS, 1999, p. 26).

Embora ao final dos anos de 1960 tenha se iniciado uma rede ancestral com fins militares e científicos, a Internet não se consolidou para uso maciço até 1982. Em 1987, foi liberada para uso comercial. Portanto, ela

começou sua ascensão rápida somente no início de 1990, quando interfaces gráficas se tornaram amplamente disponíveis e permitiu-se sua utilização com fins comerciais (DIMAGGIO et al., 2001, p. 307). Tal como a conhecemos atualmente, a Internet foi concebida em 1994, “a partir da existência de um *browser*, da *World Wide Web*” (CASTELLS, 2003, p. 255).

A *World Wide Web* - WWW (Rede de Alcance Mundial) é uma rede flexível formada por redes dentro da Internet onde instituições, empresas, associações e pessoas físicas criam os próprios sites, que servem de base para todos os indivíduos com acesso poderem produzir sua homepage, feita de colagens variáveis de textos e imagens (CASTELLS, 1999, p. 379).

A partir de então, a rede expandiu-se de tal forma que adquiriu escala global, transcendendo limites geopolíticos e ocasionando a supressão de tempo e espaço. Este sistema de comunicação eletrônica caracteriza-se, principalmente, pela integração de diferentes veículos de comunicação e seu potencial interativo.

1.1 As características da Internet e as ciberfacilidades

Diversas são as características tecnológicas da Internet, cunhadas como *ciberfacilidades* (CHOUCRI, 2000 apud GOMES, 2005a) destacadas por seus estudiosos. As principais serão esboçadas a seguir.

1.1.1 Universal, rompe barreiras espaciais e temporais

O fato de a rede eletrônica ser *universal e romper barreiras espaciais e temporais* é amplamente enfatizado. A Internet estende-se por praticamente todo o mundo. De qualquer país pode-se ter acesso a informações geradas por pessoas em localidades muito distantes, comprar, transferir arquivos, enviar mensagens, etc. “Potencialmente, todo indivíduo pode comunicar-se com qualquer outro indivíduo, não só em uma única

cidade, região ou estado, mas ultimamente ao redor do mundo” (BARNETT, 1997, p. 194).

David Harvey (1992) identifica a interação entre a cultura pós-moderna e o que denomina de “condição pós-moderna” motivada pela compressão temporal/espacial e a marcante velocidade possibilitada pelas novas tecnologias de comunicação.

1.1.2 Livre, sem filtros nem controles

Diversos autores enfatizam que o espaço virtual é *livre, sem filtros nem controles*. Assim, aos indivíduos é permitido disponibilizar dados e postar opiniões em sites sem censura prévia. Não é necessário ser detentor de meios de comunicação convencionais para tanto. O acesso às informações, de igual modo, é livre o que, para muitos, configura a Internet como um espaço mais democrático, se comparada às mídias de massa. O formato do espaço eletrônico virtual permite a livre expressão de opiniões e a decisão autônoma em relação a seu uso. Neste ambiente virtual as pessoas são detentoras de maior capacidade de reação frente aos poderes estabelecidos. Esta é a visão de autores como Buchstein (1997, p. 252), para quem a Internet é “um meio que imuniza contra o autoritarismo”, por possuir uma configuração que embasa discussões que não podem ser controladas nem coagidas por qualquer poder autoritário e por romper com as tradicionais estruturas arraigadas de poder.

Da perspectiva do usuário, a rede proporciona *acesso direto e não filtrado às informações*. Portanto, a Internet provê um cidadão mais autônomo da autoridade governamental. Para Gomes (2005, p. 16), “faz parte do charme libertário da Internet a reiteração de que nela se verifica, como em nenhum outro meio, um livre fluxo de informação”.

Chega-se a apontar a Internet como uma mídia auto-regulada, não existindo autoridades ou países que a dirijam. Neste sentido, afirma-se que a Internet se auto-gestiona.

1.1.3 Anônima

Na Internet é possível a ocultação da identidade. Compreendido de forma positiva, o anonimato pode facilitar a intimidade e a expressão de opiniões. Para alguns autores, por meio do anonimato on-line podem-se transcender os limites identitários da vida real e potencializar a comunicação livre e aberta promovendo, desta forma, uma troca de ideias mais exitosa. O anonimato torna a comunicação mais íntima, espontânea, pessoal ou até mesmo confessional (KATZ apud BUCHSTEIN, 1997, p. 257). Assim, a Internet cria possibilidades para uma comunicação mais horizontal, favorecida pelos alegados “efeitos desinibidores” (MAIA, 2002).

1.1.4 Convergência tecnológica

A Internet caracteriza-se, ainda, por possibilitar a *convergência das telecomunicações com a informática*, a fusão de várias mídias (televisão, rádio, telefone, imprensa escrita) e diversos formatos (imagem, texto e som) dos canais de comunicação tradicionais em um único meio. Desse modo, possibilita o acesso às mensagens radiofônicas, aos programas televisivos e às notícias dos jornais. É capaz de funcionar analogamente ao telefone, permite formas de comunicação em tempo real entre indivíduos, pode servir como biblioteca, possibilita o acesso a informações facilmente por meio de sistemas de busca ou pode, ainda, operar como um meio de massa convencional.

A Internet é um *meio de comunicação mais flexível* porque combina a comunicação ponto-a-ponto e a capacidade de radiodifusão dentro de uma única rede (ROBINSON et al., 2000; WELLMAN, 2001 apud DIMAGGIO et al., 2001, p. 327). Precisamente porque pode ser ao mesmo tempo todas essas coisas, a Internet é indiscutivelmente maleável:

If anything, the Internet is even more pliant because it combines point-to-point and broadcast capability within a single network (Robinson et al 2000b, Wellman, 2001). It can

be a telephone: literally, or through email, chat rooms, and other forms of real-time communication between individuals. It can serve as library: specialized Web sites "narrowcast" information to users interested enough to use search engines to find them. It can act as a soapbox for individuals expressing themselves to e-lists and discussion forums. Or it can operate as a conventional mass medium. [...] Precisely because it can be all of these things at once - because it affords users choices among multiple modes of appropriation that coexist at any given time - the Internet is unprecedentedly malleable. This malleability raises the stakes for actors who wish to shape its evolution (HARGITTAI, 2000 apud DIMAGGIO et al., 2001, p. 327).

1.1.5 Hipertextualidade

Outra característica da Internet é sua *hipertextualidade*, a partir da qual é possível interconectar diversos textos por meio de *links* (ligações). Bardeol e Deuze (2000 apud MIELNICZUK, 2001) chamam a atenção para a possibilidade de um texto noticioso indicar outras páginas como originais de releases, sites relacionados a temas específicos, arquivos de imagens e documentos que podem externar diversos pontos de vista sobre um mesmo assunto. Desta forma, "o texto obedece a uma nova geometria, sem a necessidade de páginas", por serem as palavras que remetem a outros textos. Assim, a Internet permite a *deslocação* (TORRES; MAZZONI; ALVES, 2002, p. 2), por abrir a possibilidade de o usuário deslocar-se rapidamente neste espaço, de um endereço a outro, em qualquer ponto da *web*.

1.1.6 Densidade e extensão

O espaço digital é denso e não sofre saturação, ou seja, possui uma alta capacidade de armazenamento de dados. Por esta característica, um incomensurável volume de informação pode ser disponibilizado por intermédio da rede eletrônica.

Palacios (2002) aponta para o fato do acúmulo de informações na Internet, o que denomina de "memória", ser mais viável técnica e economicamente do que em outras mídias. Sendo assim,

[...] o volume de informação diretamente disponível ao usuário é consideravelmente maior na rede eletrônica, seja com relação ao tamanho da notícia ou à disponibilização imediata de informações anteriores. Desta forma, é possível ao usuário acessar com maior facilidade materiais antigos (PALACIOS, 2002 apud MIELNICZUK, 2001, p. 4).

Informações, diversos tipos de dados e possibilidade de contato com pessoas de diversas localidades estão “disponíveis aos cidadãos às pontas de seus dedos de forma conveniente” (BARNETT, 1997, p. 204). Determinada informação pode, ainda, ser localizada em locais distintos, fator denominado *ubiquidade* (DE LAS HERAS, 2000 apud TORRES; MAZZONI; ALVES, 2002).

1.1.7 Utilidade, praticidade e baixo custo

Características como *utilidade, praticidade e baixo custo* também são comumente destacadas. Dispor de muita informação e serviços rapidamente acessíveis é, sem dúvida, algo útil. Há muitos exemplos de atividades que são mais fáceis e práticas por meio da Internet. Os indivíduos, grupos e instituições dispõem de uma oportunidade barata para postar informação na rede. Desde que um site na Internet não dependa de propaganda comercial, consiste em um meio de comunicação política muito mais barato se comparado à televisão, ao rádio ou à mídia impressa (BUCHSTEIN, 1997). A isto se soma nova característica da Internet, a *disponibilidade*, que indica “a existência de conhecimento e experimentação tecnológica capazes de oferecer, em qualquer nível, a instrumentalidade técnica a que se refere” (SIGNATES, 2002, p. 7).

1.1.8 Customização do conteúdo

Outra possibilidade na Internet é a customização do conteúdo, também denominada *personalização* ou *individualização*, que consiste “na existência de produtos configurados de acordo com os interesses individuais do usuário”. Há sites noticiosos que permitem a pré-seleção dos assuntos de

interesse do cibernauta; assim, quando o site é acessado, este já é carregado atendendo à demanda solicitada (MIELNICZUK, 2001, p. 4). Por outro lado, essa característica também pode estar a serviço de interesses comerciais, políticos e corporativistas. A individualização do meio em termos de controle do usuário torna possível que organizações identifiquem e coloquem como alvo cibernautas com perfis específicos e personalizem suas mensagens procurando atingi-los diretamente¹⁸.

1.1.9 Acessibilidade

A *acessibilidade* no espaço digital indica a condição de possibilidade de utilização da tecnologia referida em qualquer nível (SIGNATES, 2002, p. 7) e consiste em

[...] tornar disponível ao usuário, de forma autônoma, toda a informação que lhe for franqueável (informação para a qual o usuário tenha código de acesso ou, então, esteja liberada para todos os usuários), independentemente de suas características corporais, sem prejuízos quanto ao conteúdo da informação. Essa acessibilidade é obtida combinando-se a apresentação da informação de formas múltiplas, seja através de uma simples redundância, seja através de um sistema automático de transcrição de mídias, com o uso de ajudas técnicas (sistemas de leitura de tela, sistemas de reconhecimento da fala, simuladores de teclado etc.) que maximizam as habilidades dos usuários que possuem limitações associadas a deficiências (TORRES; MAZZONI; ALVES, 2002, p. 85).

Assim, no ciberespaço o termo “acessibilidade” está associado à efetiva disponibilização da informação a todos os usuários, independentemente da tecnologia e plataforma utilizadas e das capacidades sensoriais e funcionais do cibernauta.

Apesar da acessibilidade na Internet estar geralmente associada às pessoas com limitações físicas ou sensoriais, essa característica transcende

¹⁸ Tal estratégia foi amplamente utilizada na campanha do então candidato presidencial norte-americano Barack Obama, e em menor medida na campanha de Marina Silva no Brasil, o que será discutido oportunamente em capítulos posteriores.

este perfil de usuário (por exemplo, os usuários de sistemas menos avançados ou alternativos de navegação, dispositivos móveis ou computadores ativados por voz). No que se refere à facilidade de utilização da Internet, “acessibilidade é uma espécie de palavra mágica” (BUCHSTEIN, 1997, p. 257).

1.1.10 Interatividade: o elemento central da Internet

As características da Internet até aqui descritas são amplamente destacadas na literatura temática. Não obstante, a qualidade mais enfatizada da Web é sua *capacidade interativa*. A rede eletrônica, tal como a conhecemos atualmente, possui recursos técnicos que ampliam as possibilidades e findam por modificar estruturalmente as formas de interação social.

O termo “interatividade” ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação (LÉVY, 1999, p. 79) e “indica a superação das formas monologais e autoritárias pelas formas dialogais e conflitivas de circulação da informação e de relação social mediada” (SIGNATES, 2002, p. 8).

De acordo com Ferber, Foltz e Pugliese (2007), a definição clássica de “interatividade” sugere que para uma mensagem ser interativa esta deve ser marcada pela troca de informação, ou seja, por uma conversação, por um diálogo. A interatividade, para Rafaeli (1988 apud FERBER; FOLTZ; PUGLIESE, 2005)¹⁹, é uma propriedade do processo de comunicação e a comunicação sincrônica²⁰ é seu elemento-chave. Haeckel (1998, p. 63 apud FERBER; FOLTZ; PUGLIESE, 2005) descreveu “a essência da interatividade como uma troca”.

Em sistemas interativos, um cidadão controla o conteúdo da interação solicitando ou fornecendo informação. Lombard e Snyder-Dutch

¹⁹ Para uma revisão da literatura temática sobre interatividade, ver FERBER, Paul; FOLTZ, Franz e PUGLIESE, Rudy. The Internet and Public Participation: State Legislature Web Sites and the Many Definitions of Interactivity. *Bulletin of Science, Technology & Society*, vol. 25, n. 1, p. 85-93, February 2005.

²⁰ Interações on-line simultâneas e em tempo real.

(2001, p. 9 apud FERBER; FOLTZ; PUGLIESE, 2005) definem interatividade como “uma característica de um meio no qual o usuário pode influenciar a forma e/ou o conteúdo da apresentação ou experiência mediada”.

Kiousis (2002) oferece uma definição bastante completa de interatividade, apontando um ambiente mediado no qual os participantes possam se comunicar em diferentes formatos: de um para um, de um para muitos e muitos para muitos, simétrica e assimetricamente, participando da troca de mensagens recíprocas:

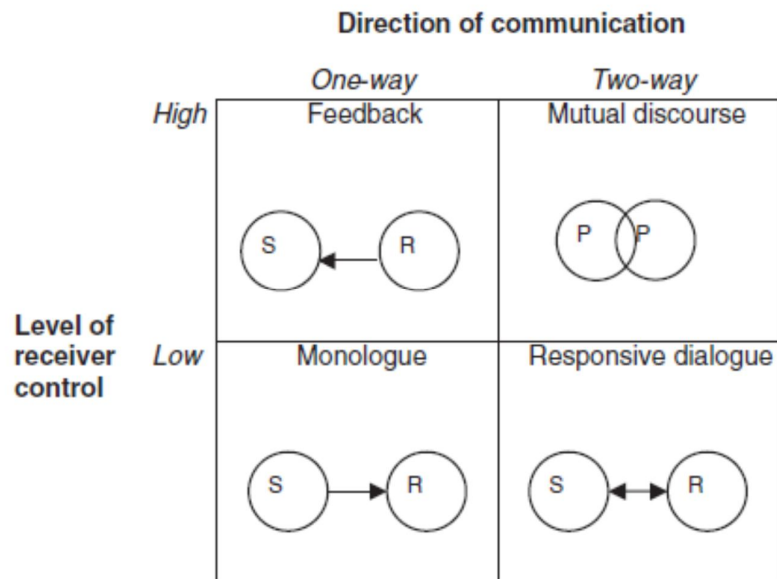
The degree to which a communication technology can create a mediated environment in which participants can communicate (one-to-one, one-to-many, and many-to-many), both symmetrically and asymmetrically, and participate in reciprocal message exchanges (third-order dependency). With regard to human users, it additionally refers to their ability to perceive the experience as a simulation of interpersonal communication and increase their awareness of telepresence (KIOUSIS, 2002, p. 372 apud LILLEKER; MALAGÓN, 2010, p. 27).

Portanto, Kiousis não exclui a comunicação assimétrica, como o e-mail, da lista de ferramentas interativas. Interatividade, deste modo, não consiste, simplesmente, em uma função tecnológica ou na habilidade para interagir em um *website*, mas, fundamentalmente, em um processo dialógico entre o usuário de um *website* e o seu criador.

Jennifer McMillan (2002) capturou a essência desta definição teórica de Kiousis em um modelo de interatividade de quatro partes, o qual depende de duas variáveis: a direção da comunicação e o nível de controle do receptor. No ponto mais alto deste modelo está o que McMillan intitula de “discurso mútuo”, momento em que ocorre o intercâmbio de papéis entre remetente e receptor (LILLEKER; MALAGÓN, 2010).

McMillan (2002) identificou quatro tipos de interatividade baseado no controle do usuário e na direção da comunicação: monólogo, *feedback*, diálogo responsivo e discurso mútuo. Neste modelo, representado na Figura 1, estão representadas formas de comunicação *one-way* (assimétricas) e em dois sentidos (simétricas) (FERBER; FOLTZ; PUGLIESE, 2007).

Figura 1. Modelo de ciber-interatividade de quatro partes



Nota: S = remetente, R = destinatário e P = participante (onde os papéis de emissor e receptor são intercambiáveis)

Fonte: FERBER; FOLTZ; PUGLIESE, 2007, p. 393

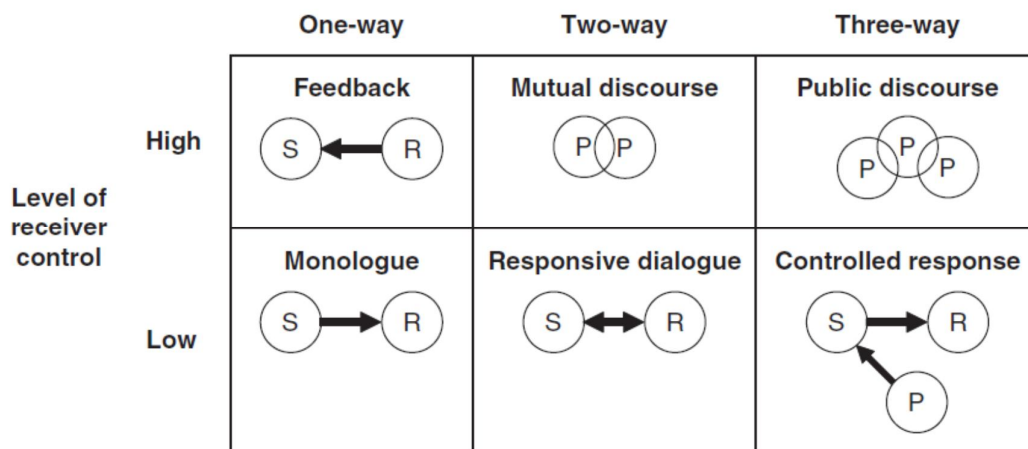
Neste modelo os círculos representam os papéis que os indivíduos e os websites desempenham no processo. As setas e os círculos sobrepostos indicam a direção da comunicação. Na forma básica do modelo, o website é compreendido como o remetente e os indivíduos que o utilizam, os usuários, como os receptores. Os usuários, no entanto, também desempenham o papel de envio de comunicação em alguns aspectos do modelo.

O modelo inicia com variações de *comunicação unidirecional*. A prestação de informações disponibilizada por muitos sites é um exemplo de comunicação unidirecional. McMillan (2002) considera *monólogo* a comunicação que é essencialmente de mão única e afirma que a maioria dos websites corporativos segue este modelo. Acrescentamos que muitos websites políticos, principalmente na primeira fase do uso da Internet em campanhas eleitorais, também adotaram este padrão. Já o *feedback* permite participação limitada, mas não há garantia de que as mensagens enviadas irão gerar respostas, como o email.

O modelo prevê, ainda, formas de *comunicação bidirecional*. *Diálogo responsivo* é um modelo de comunicação bidirecional, onde é o remetente quem mantém o controle do processo. *Discurso mútuo* retrata o modelo em que ambas as partes enviam e recebem mensagens, mas neste caso os participantes detêm maior controle sobre o processo de diálogo; salas de bate-papo e murais ilustram este formato.

Paul Ferber, Franz Foltz e Rudy Pugliese (2007) aprimoram este modelo de ciber-interatividade desenvolvido por McMillan, acrescentando a comunicação de três vias, conforme demonstrado na Figura 2, pois a tecnologia permite que os próprios participantes interajam entre si a partir da postagem de comentários ou salas de bate-papo, por exemplo.

Figura 2. Modelo de ciber-interatividade de seis partes



Fonte: FERBER; FOLTZ; PUGLIESE, 2007, p. 393

O modelo de três vias dos autores inclui *Resposta controlada* e *Discurso público*. No caso da resposta controlada, como uma enquete, é possível a participação dos usuários, mas o site mantém um controle significativo sobre o conteúdo, pois as perguntas são previamente estabelecidas e a apresentação dos resultados é determinada pelos coordenadores do site. Isto contrasta com formatos de discurso público, como alguns fóruns e salas de bate-papo, onde os participantes dispõem de

oportunidade quase ilimitada para determinar o conteúdo (embora possa existir moderação, como discutiremos nos capítulos empíricos).

De acordo com Ferber, Foltz e Pugliese (2007), os websites políticos podem possibilitar não apenas a comunicação de duas vias, mas a comunicação de três vias destinadas a influenciar terceiros, fornecendo um mecanismo para a deliberação pública.

Em suma, a interatividade é uma particularidade da rede que possibilita ao indivíduo afetar e ser afetado por outros numa comunicação que se desenvolve num sistema de duas ou três vias. A primeira implicação disso é que a comunicação “de um para todos”, característica da comunicação hierárquica dos meios de massa tradicionais, dá lugar a outra mais flexível, na qual existe a “oportunidade de falar assim como de escutar. Muitos falam com muitos e muitos respondem de volta” (DIZARD, 2000, p. 23). Deste modo, com a possibilidade de assumir o controle da tecnologia, “usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa” (CASTELLS, 1999, p. 51).

Dotadas destas características, a rede eletrônica, também denominada “ciberespaço” é, portanto,

[...] o meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1999, p. 17).

Apesar de receber diferentes nomenclaturas - como rede eletrônica ou ciberespaço - até pouco tempo havia concordância quanto ao fato de que a Internet era um conceito único. Porém, O'Reilly (2005) sugeriu que a Internet pode ser dividida em dois enquadramentos separados: Web 1.0 e Web 2.0, pois gradativamente a web estática de outrora foi abrindo caminho para uma nova “web participativa”.

1.2 Web 2.0: interação, participação e inteligência coletiva

O termo *Web 2.0* surgiu em 2004, cunhado por Dale Dougherty e foi popularizado pela empresa norte-americana *O'Reilly Media*, oferecendo um útil (ainda que imperfeito), guarda-chuva conceitual para designar uma nova geração de aplicativos que emergiram e passaram a fomentar uma web onde o conceito-chave é a Internet como plataforma. Tal termo foi utilizado inicialmente durante uma série de conferências sobre a Internet realizadas pela *O'Reilly* e pela *MediaLive International*. De acordo com Tim O'Reilly (2005), presidente da empresa, após um período de crise financeira, as companhias que sobreviveram ao colapso tinham algo em comum: o uso diferenciado da Internet como uma plataforma participativa, cujo principal princípio era o de tirar proveito da inteligência coletiva.

O'Reilly (2005) e O'Reilly e Battelle (2009) apontam que um dos principais pilares da Web 2.0 é permitir que virtualmente qualquer indivíduo, empresa ou instituição publique e compartilhe informações na rede, o que marca o amadurecimento no uso do potencial colaborativo da Internet.

Conforme O'Reilly (2005), a Internet não é mais apenas uma coleção de páginas estáticas de HTML que descrevem alguma coisa do mundo; a Web 2.0 é "participativa por natureza", por ser dotada de uma nova arquitetura de participação e uma ética de cooperação:

There's an implicit "architecture of participation", a built-in ethic of cooperation, in which the service acts primarily as an intelligent broker, connecting the edges to each other and harnessing the power of the users themselves (O'REILLY, 2005).

Podem ser citados alguns princípios-chave da Web 2.0, tais como o desenvolvimento de aplicativos que se tornam melhores quanto mais forem utilizados pelas pessoas e de que os usuários devem ser tratados como co-desenvolvedores, pois os mesmos agregam valor.

As interfaces e sites de conteúdo colaborativo e/ou participativo são apontados como ícones da Web 2.0. Podem-se mencionar, neste sentido,

os blogs, as redes sociais, a Wikipedia - uma enciclopédia livre, onde um verbete pode ser adicionado ou editado por qualquer usuário da rede -, sites como o del.icio.us e o *Flickr*, que inauguraram o conceito de “folksonomia” (em oposição a taxonomia), um estilo de categorização colaborativa de sites que emprega palavras-chaves livremente escolhidas, denominadas de *tags*.

Outro aspecto mencionado é a tecnologia RSS, que possibilita não apenas acessar uma página, mas também fazer assinatura para receber notificação cada vez que haja mudanças na mesma, o que se denomina “rede incrementável” ou “rede viva”. Podem ser citados, ainda, os modernos e complexos sistemas de busca que utilizam centenas de diferentes critérios de classificação para produzir os seus resultados.

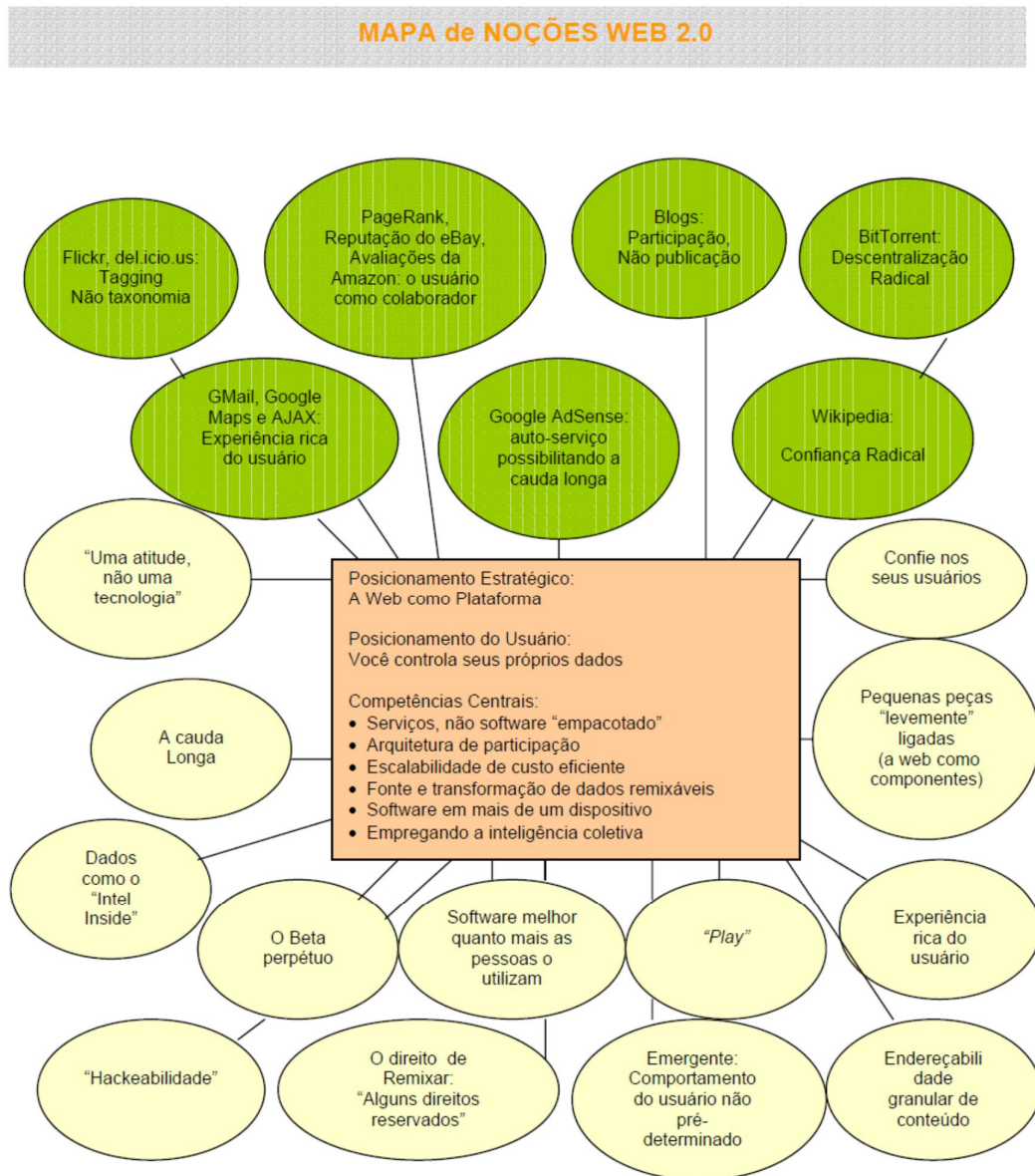
No campo comercial, diversas empresas passaram a abrir espaço para a participação online de seus clientes, avaliando e comentando os produtos adquiridos (como a Amazon). No jornalismo, a produção colaborativa tem sido amplamente utilizada para aumentar a gama de assuntos abordados em portais noticiosos. Ao permitir que os próprios usuários publiquem notícias, portais como Terra, UOL e iG conseguem atingir um volume de notícias antes impensável, pois não seria possível remunerar tantos profissionais para esta finalidade. Ademais, cria-se no internauta uma sensação de estar interagindo com e fazendo parte do portal.

Tais situações exemplificam o espírito da Web 2.0 enfatizado por O’Reilly e Battelle (2009), de que nesta nova geração da Internet a rede não é apenas uma plataforma para prestação de serviços aos usuários e sim um conjunto de aplicativos que permite que os produtores aprendam com os internautas e inovem a partir de suas contribuições. Grandes plataformas como o *YouTube*, o *Facebook* e o *Twitter* têm demonstrado esta mesma percepção. É neste sentido que a Web 2.0 é aclamada, sobretudo, por transformar a Internet em um “cérebro global” a partir do aproveitamento da inteligência coletiva (O’REILLY; BATTELLE, 2009).

De acordo com O’Reilly (2005) a Web 2.0 não tem fronteiras rígidas, e sim um centro gravitacional. Pode-se visualizar a Web 2.0 como um

conjunto de princípios e práticas que interligam um verdadeiro sistema solar de sites que demonstram alguns ou todos esses princípios e que estão a distâncias variadas do centro, conforme retratado na Figura 3.

Figura 3. Centro gravitacional da web 2.0



Fonte: O'REILLY, 2006. Trad. Miriam Medeiros e Rev. Téc. Julio Preuss.

Destacam O'Reilly e Battelle que a partir da Web 2.0 a amplitude da participação aumentou em ordens de magnitude. "A Web é o mundo e todos no mundo contribuem com o processo de produção de informação". Assim, esta nova fase da Internet é qualificada pelo aforismo: "a Web está crescendo e todos nós somos seus pais coletivos!" (O'REILLY; BATTELLE, 2009).

A finalidade deste estudo é verificar como tais inovações no campo da técnica e respectivas características tecnológicas têm afetado a política. A pergunta genérica de como a tecnologia pode transformar a democracia de fato suscita respostas intrigantes.

2. Os aspectos normativos das teorias ciberdemocráticas

As NTIC's - Novas Tecnologias de Informação e Comunicação originaram, especialmente no início dos anos 90 do século XX, uma onda de entusiasmo no que se refere a seu potencial para transformar a democracia. A Internet foi celebrada por um primeiro grupo de teóricos, rotulados de *ciberotimistas* ou *ciberentusiastas* (NORRIS, 2001), como uma ferramenta por intermédio da qual a democracia poderia ser fortalecida ou expandida.

Aqueles que sustentam teoricamente a noção de uma "democracia de computador" (BUCHSTEIN, 1997) possuem premissas ambiciosas e insistem nas qualidades tecnológicas positivas da rede. Embora alguns dos primeiros proponentes da democracia em rede sejam mais moderados atualmente, eles continuam enfatizando o potencial democrático da Internet.

A relação entre Internet e política incitou duas ordens de retóricas: (1) de fortalecimento da forma de democracia vigente ou (2) de anúncio de uma nova ordem democrática, envolvendo abordagens factuais e prescritivas. Para Harto (2006), o debate oscila entre duas posições: por um lado, aqueles que vislumbram a utilização das novas tecnologias para melhorar a qualidade da democracia representativa e, por outro, aqueles que intencionam superar

a democracia representativa e substituí-la por mecanismos de democracia direta. Entre os dois polos se situariam as posições intermediárias.

Nesta mesma direção Gomes (2007) sustenta que existem duas ideias subjacentes ao conceito de democracia digital: (1) de uma *digitalização das democracias efetivamente existentes*, ou seja, uma abordagem factual da democracia e da democracia digital, segundo a qual dado o fato de que existem regimes democráticos de governo, a democracia, como situação de fundo, se transfere para todas as práticas e iniciativas relacionadas à arte política, à governação do Estado e à produção de leis e justiça. Inclusive para aquelas integralmente de natureza digital ou que apenas possuem desdobramentos ou aplicações importantes em tecnologias e ambientes digitais e (2) de *suplementação, reforço ou correção da democracia*, uma abordagem prescritiva, associada fortemente à ideia (ou a ideias e modelos) de democracia. Nesse caso, a democracia digital não é toda e qualquer iniciativa digital relevante em um regime democrático, mas apenas aquelas voltadas para aumentar, corrigir ou reforçar a democracia, em conformidade com modelos normativos.

Vê-se, assim, uma divisão entre uma ideia de democracia digital como extensão qualificada, para o universo digital, dos regimes democráticos reais (a ideia de democracia digital como *digitalização da democracia*) e outra noção de democracia digital como forma de correção de déficits democráticos ou de implantação de formas e experiências democráticas em Estados e circunstâncias democraticamente deficitários (a ideia de democracia digital como *suplementação, reforço ou correção da democracia*) (GOMES, 2007, p. 2).

É possível verificar, portanto, que em grande medida as premissas desenvolvidas pelos teóricos da ciberdemocracia possuem um caráter normativo, o que tem relação com suas visões e concepções básicas de democracia. Assim sendo, o papel atribuído às NTIC's, as propostas e prognósticos em relação à Internet dependem do modelo de democracia almejado:

[...] which type of democracy can be strengthened by ICTs? As is well argued by Barber (2004), to specify the model of democracy assumed as a reference point is of key importance in identifying the role played by ICTs (BENTIVEGNA, 2006, p. 334).

O grande pano de fundo das discussões é, em última instância, o modelo de democracia defendido e a qualidade de seus processos (STREET, 1997; DAHLBERG, 2001). Wilson Gomes (2007, p.2), a exemplo de autores como Barber (2004), Bentivegna (2006), Street (1997) e Dahlberg (2001) também parte do princípio de que o conceito de democracia digital é mediado por ênfases vinculadas a modelos democráticos.

É possível perceber, portanto, que constatar o modelo de democracia assumido como ponto de referência de teóricos ciberotimistas é importante para compreender o papel atribuído às novas tecnologias (BARBER, 2004; DAHLBERG, 2001; STREET, 1997). Os aspectos normativos são aplicados ao plano da ciberpolítica e muitas vezes assumem um tom de profecia eufórica.

De acordo com Gomes (2007), quando um democrata participacionista aborda a Internet busca coisas bem diferentes se comparado aos liberais e comunitaristas. Para os participacionistas, a democracia é um regime em que todo poder vem do povo e é exercido diretamente por ele ou em seu nome, por isso sem a participação do cidadão não há legitimidade democrática. A plataforma da democracia é, então, carregada com demandas de participação (Pateman, 1970; Barber, 1984; Verba e Nie, 1972; Verba et al., 1995; Warren, 2002; Mutz, 2006) e, a depender da ênfase, de engajamento dos cidadãos nos negócios da comunidade política (Putnam, 2000; Bimber, 2000; Ester e Vinken, 2003; Jennings e Zeitner, 2003; Scammel, 2000; Uslaner, 2004).

Quando um participacionista se aproxima da Internet (Johnson, 1998; Kersten, 2003; Weber et al., 2003; Shulman et al., 2003; Tonn, 2003; Best e Krueger, 2005; Gomes, 2005; Polat, 2005; Shklovski et al., 2006), emprega os modos de abordagem que Gomes (2007) denomina de “a Internet

como promessa” e “a Internet como tarefa”. A atitude intelectual segundo a qual a Internet é uma promessa foi dominante pelo menos até a virada do século (RHEINGOLD, 1993).

Nesses termos, tal configuração da questão parece requerer como condição prévia a apresentação das bases contemporâneas da teoria democrática, visto que os autores que fazem a discussão sobre ciberdemocracia estão, fundamentalmente, dialogando com os distintos modelos de democracia.

Afinal, qual o tipo de democracia pode ser fortalecida pelas NTIC's?

O debate acerca dos diferentes modelos de democracia no marco da aplicação das novas tecnologias à política tem levado diversos autores a desenvolver distintas classificações e taxonomias. Dentre as tipologias disponíveis (DAHLBERG, 2001; HAGEN, 1997; VAN DIJK, 2000; BELLAMY HOFF, HORROCKS, TOPS, 2000; SUBIRATS, 2002), duas propostas analíticas se destacam: a análise desenvolvida por Dahlberg (2001), claramente baseada nos modelos normativos de democracia discutidos por Habermas, e a tipologia de Van Dijk (2000), cuja classificação baseia-se nos modelos de democracia elaborados por David Held. Tais discussões que relacionam conceitos extraídos da teoria da comunicação com as bases da teoria democrática contemporânea são apresentadas nas próximas seções.

2.1 As abordagens ciberdemocráticas de individualistas-liberais, comunitaristas e deliberacionistas

Analisando a literatura temática, é possível identificar diferentes retóricas que disputam o modelo de democracia no ciberespaço. Dahlberg (2001) aponta que as principais podem ser visualizadas dentro de três grandes campos: *individualista-liberal*, *comunitarista* e *deliberativo*. Estes três campos teóricos são distintos por suas compreensões respectivas de legitimidade democrática: para o individualismo liberal um modelo democrático conquista legitimidade quando possibilita a expressão de

interesses individuais, enquanto no comunitarismo isso se dá mediante a intensificação de valores comunitários; já de acordo com a vertente deliberativa, o modelo democrático é legitimado por facilitar o discurso racional na esfera pública:

For liberal individualism, a democratic model gains legitimacy when it provides for the expression of individual interests. For communitarianism, a democratic model is legitimated by enhancement of communal spirit and values. For deliberative democracy, a democratic model is legitimated by its facilitation of rational discourse in the public sphere (DAHLBERG, 2001, p. 158).

Essas três posições são identificadas no que o autor denomina de “a retórica de Internet-democracia” (DAHLBERG, 2001, p. 158).

Do ponto de vista da teoria democrática, há duas abordagens radicais da democracia que “endossam uma ideia normativa e mais substantiva da formação democrática da vontade conjunta *vis-à-vis* a perspectiva liberal da política”. Este debate entre concepções de democracia, essencialmente normativo e ideológico, tem aumentado consideravelmente em todo o mundo, “não apenas como resultado da coincidência temporal da queda do império soviético e do debate ocidental sobre comunitarismo” (HONNETH, 2001, p. 63). Estas visões constituem-se os eixos paradigmáticos do debate teórico contemporâneo social e político e expressam propostas de orientação normativa das sociedades, na medida em que seus conceitos buscam regular o funcionamento efetivo das instituições sociais e políticas.

Do ponto de vista das perspectivas teóricas ciberotimistas, é possível notar um pano de fundo sobre a ideia de democracia defendida, ou seja, aqueles que se identificam com a concepção de democracia representativa, deliberativa ou participativa dirão que a Internet tem um papel promissor e possibilidades extraordinárias a oferecer. No entanto, como isto pode se efetivar muitas vezes adota um caráter normativo, ou seja, tem relação com seus anseios em relação à democracia. Ao discutir como as expectativas em relação às NTIC's dependem dos diferentes modelos de

democracia, Dahlberg (2001) aciona a tipologia habermasiana, exposta a seguir.

Habermas, em obras como *Direito e Democracia* (2003) e *A inclusão do outro* (2007), nas quais concentra estudos de teoria política, realiza uma tipificação ideal e aponta três grandes modelos normativos de democracia: *liberal* e *republicano* - “expressões que marcam frentes opostas no debate desencadeado nos Estados Unidos pelos assim chamados *comunitaristas*” e, com base na crítica de ambas as perspectivas, desenvolve uma terceira concepção, procedimentalista, que denomina *política deliberativa* (HABERMAS, 2007, p. 277).

2.1.1 A concepção liberal

Na concepção *liberal*, o Estado é concebido enquanto aparato da administração pública e está a serviço da sociedade, que é estruturada conforme as leis de mercado. A política e as instituições democráticas funcionam como uma espécie de dispositivo administrativo de representação e agregação das preferências individuais, com a função de “congregar e impor interesses sociais em particular mediante um aparato estatal já especializado no uso administrativo do poder político” (HABERMAS, 2007, p. 277,8).

De acordo com esta perspectiva liberal, o cidadão é caracterizado prioritariamente em termos de direitos individuais. Conforme esta acepção, segundo Habermas (2007, p. 279), os cidadãos são portadores de direitos subjetivos, que são direitos negativos, e perseguem seus interesses privados sem muita interferência quer do governo, quer dos outros concidadãos, ou seja, “livres de coações externas” .

A abordagem liberal caracteriza-se, ainda, por distinguir a esfera pública da privada, a política da pessoal.

Para el liberalismo, los individuos preexisten a cualquier organización social, y son más importantes que los grupos a los que pueden pertenecer. Como seres ‘independientes’ y ‘separados’ entre sí, merecen ser protegidos contra cualquier

sacrificio que se les pretenda imponer en nombre de los demás (GARGARELLA, 2001, p. 5).

Na concepção liberal, não há como eliminar a separação entre o aparato estatal e a sociedade, mas apenas superar a distância entre ambos pela via do processo democrático (HABERMAS, 2007, p. 287). Neste sentido, a formação democrática da vontade tem exclusivamente a função de *legitimar* o exercício do poder político. Os resultados eleitorais “equivalem a uma licença para a tomada do poder governamental”.

Habermas (2007, p. 283) evidencia que, tipicamente, a tradição liberal de democracia compreende a política como um empreendimento competitivo, analogamente ao mercado, uma luta de poder entre atores políticos que agem estrategicamente para alcançar suas metas privadas e obter ou manter posições de poder. Os eleitores, por seu turno, ao votar, expressam suas preferências. A ausência de participação, segundo esta concepção, é algo positivo, pois ínfimos níveis de participação indicam menor interferência nos interesses privados de atores políticos (ELSTER, 1997 apud WIKLUND, 2005).

Em suma, na perspectiva liberal o Estado é tido como protetor de uma sociedade econômica e o processo democrático se realiza exclusivamente na forma de compromissos de interesses (HABERMAS, 2003, p. 18, 9).

De acordo com Dahlberg (2001), há uma diversidade de teorias democráticas liberais: aquelas em que é realizada uma abordagem elitista da democracia (Weber, Schumpeter e Downs), pluralistas liberais (Dahl), liberais igualitárias (Rawls), liberais radicais (Nozick).

Embora nessas tradições haja discordância em relação aos problemas da democracia e sejam apresentadas soluções distintas (livre mercado, representação, divisão de poderes, justiça distributiva, direitos negativos, etc.), todas assumem uma noção individualista-liberal semelhante (DAHLBERG, 2001).

Com este pano de fundo deste modelo normativo de democracia que influencia a retórica ciberdemocrática, pode-se verificar claramente que o modelo assumido altera as expectativas depositadas nas NTIC's.

De acordo com o que já foi discutido, a perspectiva *individualista-liberal* prioriza a ideia de democracia com ênfase nas liberdades negativas, ou seja, como um regime de proteção das liberdades dos indivíduos, inclusive contra o Estado (MACHAN, 1974; NARVESON, 1988; NOZICK, 1974; MORRESI, 2002 apud GOMES, 2007, p. 4). Quando um liberal radical se aproxima da Internet (POOL, 1983; WINNER, 1997; CHALABY, 2000; THOMAS, 2000; JORDAN, 2001; O'LOUGHLIN, 2001; DEMONT-HEINRICH, 2002) tende a abordá-la de dois modos, em geral complementares, que Gomes (2007) denomina de "a Internet como realização" e "a Internet como tarefa". Na primeira atitude, a Internet é entendida como um universo onde se pode realizar, de maneira *paradigmática*, o ideal da democracia como regime de autonomia e liberdade.

Louva-se a plena liberdade de expressão, opinião e reunião que a internet possibilita, bem como a sua estruturação. No que tange a este último aspecto, louva-se principalmente o alcance universal da internet, a sua configuração em rede e a possibilidade do anonimato das práticas de expressão e de interação on-line, porque tais características diminuem ao extremo a possibilidade de que o poder dos estados nacionais se materialize como controle, reforçam a autonomia de cada indivíduo como nó de uma rede e asseguram formas de proteção recíproca, interindivíduos, das liberdades (GOMES, 2007, p. 3).

Na segunda atitude, para Gomes (2007, p. 4) a disposição líbero-radical se materializa como uma perspectiva defensiva: a liberdade é uma conquista, eternamente ameaçada pelo Estado ou pelas corporações comerciais, que é preciso constantemente ser defendida. É preciso, então, vigiar sobre as ameaças às liberdades na Internet, lutar por uma Internet civil e livre, isto é, imune a controles e coações de governos, leis e poderes políticos e econômicos em geral. Ainda de acordo com esta perspectiva, a Internet consiste em um meio poderoso para maximizar a competição de interesses. A abordagem liberal considera que o uso da rede pelos cidadãos se traduz na importância atribuída aos indivíduos (CORREIA, 2006). A Internet é,

nesta concepção, uma ferramenta para desenvolver e implementar políticas para maximizar as liberdades civis e a competitividade.

Pelo fato de que neste modelo a democracia é vista como um mercado, defende-se que em uma ciberdemocracia os consumidores devem possuir liberdade no ciberespaço para fazer as escolhas que desejarem sem as restrições encontradas no ambiente “real”. Individualistas liberais se opõem de forma veemente a qualquer interferência estatal no ciberespaço e acreditam que a Internet é, por excelência, um meio para a expansão global do individualismo liberal e deve estar a serviço da liberdade: “‘Life in cyberspace’, Mitchell Kapor (1993) proclaims, is (or should be) ‘founded on the primacy of individual liberty’” (KAPOR, 1993 apud DAHLBERG, 2001, p. 162).

Percebe-se, de acordo com esta visão, uma equação de liberdade individual e democracia no ciberespaço. Os mais audaciosos chegaram mesmo a defender, nos momentos mais entusiasmados, a tese de que a rede, em virtude da sua descentralização, não só não deveria como não poderia ser controlada por corporações ou por governos nacionais e locais. Imune ao controle, a rede seria uma zona protegida onde poderiam prosperar as liberdades básicas de expressão e opinião (WIKLUND, 2005).

No plano liberal, a utilização da Internet traduzir-se-ia, logo, em formas de facilitação dos mecanismos representativos: enfatizam-se, neste sentido, ferramentas para o voto eletrônico (BULLINGA, 1996; STEEDS, 1998), equivalentes eletrônicos de serviços governamentais em portais na Internet (o denominado “governo eletrônico”), com o intuito de aumentar a eficiência em sistemas democráticos liberais e procedimentos administrativos de natureza democrática que garantiriam “a superação de algumas das patologias que decorreriam de uma representatividade imperfeita” (DAHLBERG, 2001, p. 161,2).

Além do posicionamento ciberdemocrático individualista-liberal existem as visões de democracia eletrônica inspiradas pelo comunitarismo.

2.1.2 A concepção republicana-comunitarista

Na concepção *republicana*, ao contrário da visão liberal, a política é constitutiva do processo de coletivização social como um todo. De acordo com Habermas (2007, p. 287), nessa vertente a formação política da opinião e da vontade dos cidadãos forma o *medium* sobre o qual a sociedade se constitui como um todo firmado politicamente. A coletividade torna-se consciente e age efetivamente sobre si mesma. Conforme o ideário republicano o povo é portador de uma soberania que por princípio não se pode delegar; portanto, não é admissível que o povo se deixe representar. Dessa maneira,

[...] concebe-se a política como forma de reflexão sobre um contexto de vida ético. Ela constitui o *médium* em que os integrantes de comunidades solidárias surgidas de forma natural se conscientizam de sua interdependência mútua e, como cidadãos, dão forma e prosseguimento às relações preexistentes de reconhecimento mútuo, transformando-as de forma voluntária e consciente em uma associação de jurisconsortes livres e iguais (HABERMAS, 2007, p. 278).

Conforme a concepção republicana, a formação democrática da vontade tem a função mais forte de constituir a sociedade como uma coletividade política. O governo não é apenas investido de poder para o exercício de um mandato sem maiores vínculos, por meio de uma eleição disputada entre grupos de lideranças concorrentes entre si; ao contrário, ele está comprometido também programaticamente com a execução de determinadas políticas.

No que se refere à natureza do processo político, para a visão republicana, a formação de opinião e vontade política não obedece às estruturas de processos de mercado, “mas às renitentes estruturas de uma comunicação pública orientada ao entendimento mútuo”. Desta feita, o paradigma não é o mercado, mas sim a interlocução. “Segundo essa visão, há uma diferença estrutural entre o *poder comunicativo*, que advém da comunicação política na forma de opiniões majoritárias estabelecidas por via

discursiva, e o *poder administrativo* de que dispõe o aparato estatal” (HABERMAS, 2007, p. 283).

Em contraste com a visão liberal, no modelo republicano o *status* do cidadão não é determinado conforme o modelo das liberdades negativas. Os direitos de cidadania, de participação e comunicação política são direitos positivos: “Eles não garantem liberdade em relação à coação externa, mas sim a participação em uma práxis comum, por meio de cujo exercício os cidadãos só então se tornam o que tencionam ser - sujeitos politicamente responsáveis de uma comunidade de pessoas livres e iguais” (HABERMAS, 2007, p. 280).

Esta concepção, por conseguinte, propõe mudanças na forma como a política liberal compreende o Estado e a sociedade, na medida em que, além do poder hierárquico estatal e da instância reguladora descentralizada do mercado, surge a solidariedade como terceira fonte de integração social.

Portanto, a concepção republicana almeja a formação de uma totalidade política, por meio de uma sempre renovada auto-compreensão ética dos cidadãos, a qual deve se atualizar periodicamente, inclusive em rituais cívicos, como as eleições.

Neste sentido, na perspectiva republicana o Estado é uma comunidade ética institucionalizada e a formação democrática da vontade realiza-se na forma de um “auto-entendimento ético-político”, no qual o conteúdo da deliberação deve ter o respaldo de um consenso entre os sujeitos privados (HABERMAS, 2003, p. 18, 9).

De acordo com Habermas, esses dois modelos normativos de democracia constituem os dois paradigmas prevaletentes na teoria do Estado constitucional democrático que dominam a discussão entre os denominados *comunitaristas* e os *liberais*.

Numa concepção radicalmente oposta da política, os *comunitaristas* atribuem peso essencial aos grupos e à comunidade, baseando-se nas noções de vontade geral e no bem comum, que se traduziria no reforço dos

mecanismos de participação. Não são concebidos os atores políticos como consumidores, mas como participantes de uma discussão pública. Neste sentido, o diálogo democrático deve servir à vida comum do grupo, em lugar dos interesses de um indivíduo privado. Tal visão contrasta com o individualismo liberal, que promove a expressão das vontades individuais.

Assim, a ciberdemocracia, de acordo com a lógica comunitarista, tem por objetivo utilizar as NTIC's no sentido de prover esforços para reavivar a comunidade. É neste sentido que a perspectiva comunitarista enfatiza a criação de espaços associativos de natureza digital, cuja descrição mais conhecida é o exemplo memorável da "comunidade virtual" apresentada por Howard Rheingold. Nesta mesma linha de argumentação, Tehnarian afirma que "as NTIC's e a Internet alimentaram estes ideais comunitários, visto que, ao contrário da centralização dos meios de comunicação de massa, a Internet propicia comunicação de mão dupla e descentralizada, necessária para reforçar valores comunitários" (TEHRANIAN, 1990, p. 235-6 apud DAHLBERG, 2001, p. 163).

Para Kanfer (1997), a Internet é interpretada como facilitadora da "reunião virtual". Com "o advento da Internet", Navarro (1997) especula, "nós podemos estar entrando em uma nova fase da '*Comunidade Networking*'", na qual as comunidades locais podem tornar-se globais. Embora geograficamente espalhados, os membros desses grupos adquirem um forte senso de pertencimento, visto que compartilham interesses, problemas, ideologias e valores, e não necessariamente o espaço geográfico (WATSON, 1997; WELLMAN; GULIA, 1999). Estes grupos virtuais são frequentemente chamados "comunidades virtuais" (apud DAHLBERG, 2001, p. 164).

As comunidades virtuais, de acordo com esta visão, podem propiciar a substituição dos espaços públicos de sociabilidade degradados pela vida urbana moderna por novas relações on-line (HEIM, 1991, p. 73; STONE, 1991, p. 11). Embora os espaços tradicionais de vida comunal tenham sido corroídos com a modernidade há, de acordo com Rheingold (1993, p. 25-6), a possibilidade dos mesmos se desenvolverem no ciberespaço. "Talvez o

ciberespaço seja um dos lugares públicos informais onde as pessoas podem reconstruir os aspectos comunitários que estavam perdidos” (apud DAHLBERG, 2001, p. 165).

Conforme Gomes (2007), democratas comunitaristas gostam da ideia de rede (Putnam, 2000), mas odeiam o anonimato, o hedonismo e o individualismo que caracterizam muitos que a utilizam.

Ambas as concepções para guiar o desígnio das *e-democracias* são criticadas por autores que defendem uma visão da política centrada nos valores da participação e da deliberação (BIMBER, 1998). É neste sentido que outra concepção normativa de democracia tem sido articulada como alternativa ao liberalismo clássico e ao comunitarismo. O advento das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação encorajou concepções de maior participação política do cidadão e chegou mesmo a reavivar o sonho da política sem representação, de uma “democracia de apertar botão”.

2.1.3 A concepção deliberativa

Conforme Habermas, embora o modelo republicano se firme no sentido radicalmente democrático de uma auto-organização da sociedade pelos cidadãos em acordo mútuo por via comunicativa, ele é demasiadamente idealista e torna o processo democrático dependente de virtudes dos cidadãos voltados ao bem comum. No entanto, o autor pondera que a política não se constitui apenas de questões relativas ao acordo mútuo de caráter ético. O equívoco, para o autor, reside “em uma *condução estritamente ética dos discursos políticos*” (HABERMAS, 2007, p. 284, grifos do autor). Ou seja, um peso ético excessivo se impõe ao modelo republicano.

Para Habermas, tanto o modelo republicano quanto o liberal são tributários de figuras de pensamento que remetem à filosofia da

consciência²¹, o que é visualizado claramente em *Direito e Democracia: entre facticidade e validade* (2003). No modelo republicano há uma totalidade social centrada no Estado, representado como um sujeito superdimensionado que age em função de um objetivo. Atribui-se, assim, à prática de autodeterminação dos sujeitos privados a formação de um sujeito coletivo. Neste caso, a cidadania é vista como um ator coletivo que reflete a totalidade e age em função dela. Para o modelo liberal, o todo é transferido para o sistema de normas constitucionais que regulam de modo neutro o equilíbrio do poder e dos interesses segundo o mercado. Neste caso, imputa-se a dominação anônima das leis a sujeitos particulares que concorrem entre si (HABERMAS, 2003, p. 21).

Deste modo, enquanto a abordagem republicana avalia que os cidadãos formam “um ator coletivo que reflete o todo”, a proposta liberal apresenta os atores individuais como “variáveis dependentes, em processos de poder”, concorrendo entre si (HABERMAS, 2003, p. 21).

Habermas discorda das premissas centradas no sujeito existentes em ambas as concepções. É neste sentido que o autor desenvolve um terceiro modelo normativo de democracia, a *democracia deliberativa*, com o intuito de superar as limitações que identifica nos modelos avaliados. O projeto deliberativo de democracia é proposto como uma alternativa às concepções liberal e comunitária, na medida em que “descarta todos aqueles motivos utilizados na filosofia da consciência” que poderiam levar a pessoa a atribuir o autogoverno popular a um “sujeito macrossocial” ou então a confiar em mecanismos de governo entre “sujeitos individuais concorrentes”. Contrariamente, a democracia deliberativa (ou discursiva) corresponde à

²¹ A filosofia da consciência é uma expressão utilizada por Jürgen Habermas em sua obra “*O Discurso Filosófico da Modernidade*”, para se referir àquelas tradições filosóficas que colocam a consciência no centro de seus sistemas filosóficos. Esse paradigma conhece apenas uma razão, a subjetiva, que, contraposta à razão objetiva, é concebida como a capacidade de compreender e dominar o mundo. Habermas constata que o paradigma da filosofia da consciência está impossibilitado de cumprir sua função na modernidade e identifica outra racionalidade: a comunicativa. Enquanto a razão instrumental está voltada para o domínio do outro, considerado como objeto, ou seja, se limita a uma relação *sujeito-objeto*, a razão comunicativa está alicerçada na relação *sujeito-sujeito*: “O paradigma da filosofia da consciência encontra-se esgotado. Sendo assim, os sintomas de esgotamento devem dissolver-se na transição para o paradigma da compreensão” (HABERMAS, 2000, p. 276).

“imagem de uma sociedade descentrada”, a qual desistiu da filosofia do sujeito. Assim, “em lugar de invocar as prerrogativas de um *demos* soberano, o modelo deposita sua confiança na institucionalização de procedimentos e condições de comunicação adequados” (DALLMAYR, 2001, p. 28,9).

Apontando as diferenças entre os três modelos normativos de democracia, Habermas (2007, p. 286) enfatiza que, “quando se faz do conceito procedimental da política deliberativa o cerne normativamente consistente da teoria sobre democracia”, resultam daí diferenças tanto em relação à concepção liberal do Estado como defensor de uma sociedade econômica, bem como da perspectiva republicana do Estado como uma comunidade ética.

Tomando como ponto de partida a dimensão política da formação democrática da opinião e da vontade, que resulta em eleições e decisões parlamentares, Habermas aponta que, de acordo com a concepção liberal, esse processo apenas tem resultados sob a forma de arranjos de interesses. Para a concepção republicana, por outro lado, a formação democrática da vontade cumpre-se sob a forma de um auto-entendimento ético. Já a concepção deliberativa de Habermas (2003) se apoia na teoria do discurso e assimila elementos de ambos os lados e os integra no conceito de um procedimento ideal para a deliberação e a tomada de decisões. Com isso,

[...] esse *procedimento democrático* cria uma coesão interna entre *negociações, discursos de auto-entendimento e discursos sobre a justiça*, além de fundamentar a suposição de que sob tais condições se almejam resultados ora racionais, ora justos e honestos. [...] A razão prática desloca-se dos direitos universais do homem ou da eticidade concreta de determinada comunidade e restringe-se a regras discursivas e formas argumentativas que extraem seu teor normativo da base validativa da ação que se orienta ao estabelecimento de um acordo mútuo, isto é, da estrutura da comunicação lingüística (HABERMAS, 2007, p. 286, grifos do autor).

A teoria do discurso, que concebe o processo democrático com conotações mais fortemente normativas do que o modelo liberal, no entanto menos do que o modelo republicano, assume por sua vez elementos de ambas

as partes e os combina de uma maneira nova. A teoria do discurso de Habermas (2007, p. 288) concebe os direitos fundamentais e princípios do Estado de direito como uma forma de institucionalizar as exigentes condições de comunicação do procedimento democrático. A teoria do discurso não torna a efetivação de uma política deliberativa dependente de um conjunto de cidadãos coletivamente capazes de agir, mas sim da institucionalização dos procedimentos que lhe digam respeito.

Assim sendo, Habermas (2007, p. 286) sugere um modelo que se baseia nas condições de comunicação sob as quais o processo político supõe-se capaz de alcançar resultados racionais, justamente por se realizar de modo deliberativo.

Não apenas legitimar, ao contrário da teoria liberal, na teoria do discurso o procedimento comunicacional da formação democrática da opinião e da vontade funciona como externalizador da racionalização discursiva das decisões de um governo e administração vinculados ao direito e à lei.

Racionalização significa mais que mera legitimação, mas menos que a própria ação de constituir o poder. [...] A opinião pública transformada em poder comunicativo segundo procedimentos democráticos não pode “dominar”, mas apenas direcionar o uso do poder administrativo para determinados canais (HABERMAS, 2007, p. 290).

O conceito de discurso na democracia corresponde à imagem de uma sociedade descentralizada, que possibilita com a opinião pública um cenário propício à constatação, identificação e tratamento de problemas pertinentes à sociedade como um todo. “Quando se sacrifica a formação de conceito ligada à filosofia do sujeito, a soberania não precisa se concentrar no povo de forma concretista, nem exilar-se na anonimidade de competências atribuídas pelo direito constitucional” (HABERMAS, 2007, p. 291).

Ressalta Manin (1987) que o modelo normativo de democracia deliberativa se diferencia das concepções liberal e comunitarista por seu aspecto intersubjetivo:

For both liberal individualism and communitarianism, the source of democratic legitimacy (and rationality), is based upon the will of all, which is derived from the expression of already formed wills, either pre-discursive interests or pre-given values. Both positions are rooted in notions of a self-determining subject, individual or collective (HABERMAS, 1996, p. 103). In contrast, deliberative democracy relies upon intersubjectivity. All pre-discursive interests and values are up for grabs. A legitimate (and rational) decision rests not upon the expression of pre-given wills but upon the deliberative process by which everyone's will is formed (MANIN, 1987, p. 351-2 apud DAHLBERG, 2001, p. 168).

Habermas (2003, p. 22) enfatiza esse aspecto *intersubjetivo* de sua teoria do discurso quando afirma que, na rede comunicacional de esferas públicas políticas, essas comunicações destituídas de sujeito - por ocorrerem dentro e fora das instituições formais do Estado, como é o parlamento, por exemplo - formam arenas nas quais pode acontecer uma formação racional da opinião e da vontade acerca de matérias relevantes para toda a sociedade.

De acordo com esta leitura da democracia, o sistema político não é nem o topo nem o centro da sociedade, mas sim *um* sistema de ação ao lado de outros.

Justamente os processos comunicativos de cunho político que passam pelo filtro deliberativo dependem de recursos do universo vital - da cultura política libertadora, de uma socialização política esclarecida e sobretudo das iniciativas de associações formadoras de opinião - recursos que se formam de maneira espontânea ou que, em todo caso, só podem ser atingidos com grande dificuldade, caso o caminho escolhido para se tentar alcançá-los seja o do direcionamento político (HABERMAS, 2007, p. 292).

A democracia deliberativa, por conseguinte, exige interação democrática mais efetiva. Por meio do diálogo livre, os participantes sustentam seus argumentos sobre os problemas comuns, de modo que prevaleça o melhor.

Em vez de limitar a atividade participativa dos cidadãos para a função de legitimar periodicamente o exercício do poder do Estado mediante as eleições, essa atividade deve ser permanente na esfera pública

democrática. No republicanismo a esfera pública democrática é considerada um meio para a realização do autogoverno de uma comunidade política. No deliberacionismo a esfera pública é entendida como procedimento no qual a sociedade enseja resolver problemas políticos racionalmente de uma maneira legítima (HONNETH, 2001, p. 64-5).

A concepção de democracia deliberativa inspira um terceiro campo de ciberdemocracia, que busca associar a Internet não apenas à comunidade virtual, mas com a noção de uma esfera pública virtual (HAUBEN; HAUBEN, 1997; RHEINGOLD, 1993; SURMAN, 1994).

Dentre as afirmações dos teóricos inspirados pelo modelo deliberativo está a de que o potencial da Internet para reavivar a esfera pública é extenso, já que a possibilidade de um debate racional pode ser ampliada infinitamente com o advento da rede eletrônica, havendo maior possibilidade para a discussão coletiva e a reflexão sobre assuntos relevantes.

Habermas não conceitua o que poderia ser considerada “uma esfera pública virtual, constituída pela infra-estrutura das novas tecnologias da informação e da comunicação” (MAIA, 2002, p. 5). No entanto, diversos autores, por exemplo, Howard Rheingold, têm recorrido ao conceito habermasiano de esfera pública como forma de justificação normativa para suas reivindicações a respeito da ciberdemocracia.

De acordo com Marques (2006), o conjunto de teóricos que endossa a noção de esfera pública virtual admite “o funcionamento dos espaços discursivos digitais como esfera pública por excelência, pois as redes telemáticas atuam como canal de expressão legítimo de vozes antes marginalizadas e como espaço de questionamento das visões produzidas num ambiente ‘refeudalizado’” (MARQUES, 2006, p. 171). Para tais autores,

[...] a Internet funciona como um espaço efetivo e propício para a argumentação acerca da *respublica*. A pluralidade de vozes e a possibilidade de combinação de ‘esferas públicas’ [...] fariam com que a internet se tornasse apta a ser um ambiente discursivo por excelência. [...] Nestes termos, a discussão dos temas coletivos não estaria mais subsumida a uma lógica

centrada no interesse dos partidos ou de organizações, mas este novo meio de comunicação poderia ser utilizado para devolver à esfera civil o poder de formulação da agenda pública (MARQUES, 2006, p. 173).

Seguindo nesta mesma linha de argumentação, Downey e Fenton (2003 apud MARQUES, 2006) afirmam que apenas a Internet pode propiciar uma verdadeira esfera pública, já que os demais meios de comunicação não permitem que “todos os ângulos de um problema sejam colocados da maneira que cada ator bem desejar”. Meios de comunicação como televisão, rádio, mídia impressa, “jamais poderiam ser tomados essencialmente como espaços públicos”, pois são de alto custo e exigem “uma estrutura pesada de funcionamento (maquinaria e pessoal capacitado), além de uma licença governamental” (MARQUES, 2006, p. 175,6). A Internet é compreendida como uma espécie de “revigorante” da esfera pública política argumentativa, pois:

(1) concede oportunidade de expressão a vozes marginais, sem as barreiras impostas pela censura governamental ou pelos interesses das indústrias do entretenimento e da informação (Mitra, 2001:45), e porque (2) oferece a chance da reciprocidade discursiva advinda da esfera civil (Allan, 2003) [apud MARQUES, 2006, p. 167].

Além disso, o ciberespaço, por prescindir da presença física dos indivíduos, cria um anonimato que, de acordo com alguns autores (como BARGLOW, 1994; RHEINGOLD, 2000), contribui para estabelecer uma condição mais paritária de participação no debate, amenizando desigualdades, estigmatizações culturais, de classe e de gênero, papéis sociais, diferenças de *status*, habilidade retórica dos participantes, etc. (MAIA, 2002). Assim,

[...] se a discussão acontece em um ambiente livre de medo, de intimidação ou de ridículo, uma variedade maior de pontos de vista pode ser expressa. A “força do melhor argumento”, que não guarda relação com o papel social dos participantes, tem maiores chances de se impor num fórum público virtual (MAIA, 2002, p. 8).

Para autores deste campo a Internet parece facilitar três práticas deliberativas relatadas por James Fishkin (1992): (1) troca de mensagens políticas; (2) oportunidade para reflexão sobre novas mensagens e para seu debate reflexivo; (3) confrontar tais mensagens com argumentos rivais. “Sem dúvida, pois, que o incentivo à igualdade e ao pluralismo nos media é uma condição essencial para o desenvolvimento da democracia deliberativa - e os seus novos desenvolvimentos tecnológicos parecem ir ao encontro dessa condição” (FERREIRA, 2010, p. 103).

Portanto, de acordo com as proposições de autores inspirados no modelo deliberativo de democracia, a forma de comunicação e interação propiciada pelas novas tecnologias parece conter as exigências básicas da teoria normativa de Habermas da esfera pública democrática: é um modo universal, anti-hierárquico, não coercitivo, onde impera a liberdade de expressão, dotado de uma ordem do dia irrestrita, a participação transcende as instituições políticas tradicionais, ou seja, é um espaço complexo e exigente de interação. Desta forma, o ciberespaço é analisado como propiciando a situação de fala ideal:

Because it offers universal access, uncoerced communication, freedom of expression, an unrestricted agenda, participation outside of traditional political institutions and generates public opinion through processes of discussion, the Internet looks like the most ideal speech situation (BUCHSTEIN, 1997, p. 251).

Para Buchstein (1997, p. 251), em termos de teoria democrática contemporânea, as qualidades positivas atribuídas à Internet, de fato, se assemelham à esfera pública habermasiana irrestrita. “Indeed, viewed in terms of contemporary democratic theory, the positive qualities attributed to the Internet strikingly resemble the Habermasian unrestricted public sphere”.

Abramson et al. defendem que o desenvolvimento de uma democracia eletrônica deve ser baseado no diálogo racional. “Deve promover a arte democrática de persuadir ou ser persuadido e possibilitar que as pessoas justifiquem suas opiniões, em busca do melhor argumento”

(ABRAMSON et al., 1999, p. 276). Além disso, de acordo com o ideal deliberativo de ciberdemocracia, o objetivo deve ser a utilização da capacidade da nova mídia para envolver mais cidadãos em debates (DAHLBERG, 2001, p. 167).

A Internet, neste sentido, é interpretada como sendo o espaço discursivo ideal para promover deliberações informais por meio de grupos, listas de e-mail, fóruns de discussão e, assim, envolver os cidadãos em um discurso racional-crítico almejado pelo modelo deliberativo. O e-mail e os fóruns de discussão tornam possível aos cidadãos expressarem suas opiniões, solicitarem esclarecimentos a respeito de assuntos públicos e enviarem propostas para representantes e administradores e habilitam a comunicação de mão dupla e a reciprocidade (DAHLBERG, 2001, p. 168).

A Internet, de acordo com esta visão, pode oferecer múltiplas oportunidades aos cidadãos partilharem ideias e opiniões, realizarem intervenções políticas, debaterem e trocarem pontos de vista. E é justamente com o encontro de visões conflitivas que prospera a deliberação: “nada é mais destruidor do processo deliberativo do que um coro orquestrado de opiniões que não permite divergências” (THOMPSON, 1995, p. 222 apud FERREIRA, 2010, p. 104). Neste sentido, chama-se atenção para o uso da Internet por organismos da sociedade civil de maneira independente e livre dos constrangimentos que condicionam a mídia de massa, como o *agenda setting* ou o *framing* (GIMMLER, 2001, p. 33 apud FERREIRA, 2010, p. 104).

Percebe-se, portanto, que a Internet gerou uma grande expectativa no que se refere à implantação de modelos alternativos de democracia:

A introdução de uma nova infraestrutura tecnológica fez ressurgir fortemente as esperanças de modelos alternativos de democracia, que implementem uma terceira via entre a democracia representativa, que retira do povo a decisão política, e a democracia direta, que a quer inteiramente consignada ao cidadão. Estes modelos giram ao redor da ideia de democracia participativa e, nos últimos dez anos, na forma da democracia deliberativa, para a qual a internet é, decididamente, uma inspiração (GOMES, 2005, p. 218).

Os defensores da participação difundida têm frequentemente interpretado a tecnologia como um meio para alcançar sua meta. A Internet foi apontada como um meio para alterar fundamentalmente a extensão e a natureza da participação pública. As novas tecnologias são apresentadas como contraponto para a apatia do eleitor e a falta de efetividade da cidadania [*disempowerment*] (BARNETT, 1997, p. 194).

Aventou-se que a Internet poderia conformar novas práticas políticas e fomentar formas qualificadas de interação entre cidadãos e políticos, solucionar os problemas da participação do público na política, tornando-a mais fácil, ágil, conveniente e confortável e permitir assim

[...] uma relação sem intermediários entre a esfera civil e a esfera política, bloqueando as influências da esfera econômica e, sobretudo, das indústrias do entretenimento, da cultura e da informação de massa, que nesse momento controlam o fluxo da informação política; [...] a internet permitiria [também] que a esfera civil não fosse apenas o consumidor de informação política, ou impediria que o fluxo da comunicação política fosse unidirecional, com um vetor que normalmente vai da esfera política para a esfera civil. Por fim, a internet representaria a possibilidade de que a esfera civil produzisse informação política para o seu próprio consumo e para o provimento da sua decisão (GOMES, 2005, p. 318).

Essa esperança depositada na Internet para reavivar a participação é, no fundo, uma aposta na possibilidade de desenvolvimento de uma democracia mais participativa e dialogada.

A impressão que tenho [...] é que a insistência sobre a conexão entre internet e esfera pública apoia-se numa tese sobre a natureza da democracia e sobre a participação popular na esfera da decisão política. Assegurando-se a internet como esfera pública, em suma, assegura-se a ideia de que ainda há formas e meios para a participação popular na vida pública, assegura-se que a internet produz e promove novas e promissoras formas de deliberação política por parte da esfera civil (GOMES, 2004, p. 6).

2.2 O uso da Internet conforme as concepções legalista, competitiva, plebiscitária, pluralista, participativa e libertária de democracia

A tipologia de uso das NTIC's de acordo com distintas concepções de democracia desenvolvida por Van Dijk (2000), cuja classificação baseia-se nos modelos de democracia elaborados por David Held (1987) e nos conceitos extraídos da teoria da comunicação, é considerada por Harto (2006) como uma das mais profundas e originais.

Diversos autores (HELD, 1987; HIRST, 1992; SARTORI, 1965; BOBBIO, 2000), enfatizam que o conceito de democracia é fluido, assumindo uma diversidade de significados. De acordo com as fontes de autoridade, a conotação clássica da democracia, ligada à etimologia da palavra, a concebe como *governo do povo*, definição que, embora possa parecer despida de ambigüidades, "é complexa e marcada por concepções conflitantes. Há muito espaço para discordâncias" (HELD, 1987, p. 1).

Definir democracia não se resume a meramente apresentar um significado, visto que isto já havia sido feito pelos gregos. Para Sartori (1965, p. 18), o significado desse conceito é algo que perpassa os limites descritivos ou denotativos, abrangendo também elementos normativos e persuasivos, tese corroborada por Hirst (1992), Held (1987), Bobbio (2000), dentre outros teóricos da democracia.

As diversas teorias da democracia, embora tenham uma base em comum pautada pelo que Bobbio (1986, p. 17-22) designa definição mínima - situada a partir de um conjunto de regras que estabelece quem está autorizado a tomar decisões e a partir de quais procedimentos - apresentam diferenciações significativas.

Existe um número considerável de concepções concorrenciais de democracia. Van Dijk (2000) parte desta constatação e destaca que David Held (1987), em sua obra *Modelos de Democracia*, realiza uma exitosa análise das principais correntes teóricas do debate contemporâneo sobre a democracia. E é com base em cinco modelos elaborados por Held e

acrescentando um sexto modelo que Van Dijk analisa as concepções de utilização das NTIC's na política.

As dimensões de análise utilizadas por Van Dijk (2000) para analisar as teorias de democracia eletrônica são (1) verificar o principal objetivo da democracia no que tange à formação de opinião ou tomada de decisões e (2) o meio para atingir tais objetivos, se mediante a mecanismos de democracia representativa ou direta. Neste sentido, o autor destaca seis modelos de democracia digital conforme distintas concepções de democracia: legalista, competitiva, pluralista, participativa, libertária e plebiscitária. Tais modelos podem ser localizados neste quadro de análise bidimensional:

Tabela 4. Seis modelos de democracia com base em duas dimensões

Objetivos principais	Formação de opiniões		Tomada de decisões
Meios principais			Legalista
Democracia representativa			Competitiva
	Pluralista		
	Participativa		
Democracia direta		Libertária	Plebiscitária

Fonte: VAN DIJK, 2000, p.39, elaboração e tradução próprias

Sem a pretensão de realizar grandes digressões históricas e teóricas, que nos afastariam do propósito deste estudo, esses principais modelos concorrenciais de democracia serão situados a seguir, assim como as visões de democracia digital que balizam.

2.2.1 A democracia legalista

A democracia legalista é o modelo baseado na concepção clássica ocidental de democracia, que surge após o declínio do Estado absolutista na Europa ocidental, que tem como fonte teórica os trabalhos de Locke e

Montesquieu. É denominada legalista ou legal, pois se trata de uma concepção procedimental do sistema democrático, cujos fundamentos são a Constituição e o direito, a separação de poderes em Executivo, Legislativo e Judiciário, e o estabelecimento de mecanismos de controle e contrapesos (*checks and balances*) entre tais poderes. Outro princípio importante é a regra da maioria. Desta feita, a democracia seria um método para salvaguardar a liberdade dos indivíduos de um governo arbitrário. O modelo descarta mecanismos de democracia direta e adota o conceito de democracia representativa (HELD, 1987; VAN DIJK, 2000).

No que tange ao papel que as NTIC's desempenhariam nesse modelo de sistema democrático, o principal seria resolver o déficit de informação que atinge as democracias contemporâneas:

The present crisis of the political system and the nation state is viewed as the crisis of institutions which can not sufficiently deal with the increasing complexity of the environment and the system itself, as information is lacking, among others by the obstructions of traditional bureaucracy (VAN DIJK, 2000, p. 40).

Neste contexto, as novas tecnologias, principalmente a Internet, seriam um meio para eliminar o déficit de informação e reforçar o atual sistema político. As NTIC's devem ser utilizada, ainda, para aumentar os níveis de transparência.

As aplicações características das NTIC's neste enfoque consistem em: campanhas de informação pela Internet, centros de informação da administração pública ou sistemas de informação públicos de massas.

Trata-se, portanto, de que as NTIC's sejam utilizadas para cumprir duas funções principais: (1) proporcionar maior quantidade e qualidade de informação aos governantes, burocratas, representantes e cidadãos; (2) criar mecanismos de governo aberto e responsável perante a sociedade utilizando a interatividade dos novos meios. De acordo com esta ótica, no entanto, as novas tecnologias devem estar sob o controle das elites políticas e administrativas (VAN DIJK, 2000). Outros tipos de aplicações que extrapolem o

controle das autoridades, tais como debates ou referendos eletrônicos, são rechaçados (HARTO, 2006).

2.2.2 A democracia competitiva

O modelo de democracia competitiva defende, de igual forma, uma visão procedimental de democracia representativa. Considera-se, neste sentido, que o ato mais importante do sistema democrático é o momento das eleições dos representantes por parte dos eleitores. A política é vista como uma competição entre os partidos políticos e seus líderes para obter o apoio do eleitorado. Como a liderança é enfatizada neste modelo, ele é denominado por Held (1987) de competitivo elitista (VAN DIJK, 2000).

O modelo de democracia competitiva foi elaborado a partir das reflexões weberianas acerca da política. Max Weber retomou o debate sobre democracia no século XX chamando a atenção para o grau de complexidade pelo qual passavam os países industrializados, fator que, a seu ver, passou a condicionar sobremaneira a organização política das sociedades modernas. Este contexto vislumbrado por Weber (2003, p. 951-2), dominado progressivamente pela razão científica e tecnológica “torna a democracia direta simplesmente inapropriada como um modelo geral de regulamentação e controle político”.

Diante deste pressuposto, Weber desenvolve um conceito bastante restrito de democracia, interpretando-a como um método de escolha de líderes políticos que seriam encarregados da tomada de decisões, um procedimento na luta pelo poder (HELD, 1987, p. 145). Para Weber, no Estado moderno a liderança é prerrogativa da minoria, característica inevitável dos tempos modernos. Longe de assegurar a “soberania do povo - uma ideia que considerava como simplista”, Weber considera que o povo só é soberano no momento de eleger. Neste sentido, a democracia é retratada “como um campo de testes para líderes em potencial”, ou seja, “um mecanismo institucional para podar os mais fracos e colocar no poder aqueles que se

mostram mais competentes na luta competitiva pelos votos" (HELD, 1987, p. 143).

Weber (1993) avalia os sistemas democráticos fazendo uma analogia com o mercado. Deste modo, o caminho para o poder se expressa "mediante a competição de grupos organizados (os partidos - operando como "empresas" com grau crescente de burocratização) e de seus dirigentes pelos votos do eleitorado" (COHN, 1993, p.14).

Weber não avalia positivamente a participação política, para quem o perigo de uma democracia de massas reside na possibilidade de haver um predomínio forte de elementos emocionais na política. A massa, não importa as camadas sociais que a componham, só pensa "até depois de amanhã". Para o autor, a política democrática bem-sucedida é feita racionalmente por meio de decisões responsáveis quanto menor for o número de participantes na decisão e quanto mais claras forem as responsabilidades atribuídas a cada um deles e a seus liderados (WEBER, 2003).

De Weber deriva uma concepção elitista da democracia que posteriormente seria reelaborada por Schumpeter (1984). Este autor rejeita explicitamente o que denomina "doutrina clássica da democracia", que concebe o sistema democrático como o "governo do povo", o método para promover o bem comum mediante a tomada de decisões pelo próprio povo, com a intermediação de representantes. Schumpeter, a exemplo de Weber, rompe com essa concepção e questiona a premissa de soberania popular, a qual considera "inútil e cheia de ambiguidades perigosas" (HELD, 1987, p. 152). Para o autor, "democracia não significa e não pode significar que o povo realmente governe, em qualquer sentido mais óbvio dos termos 'povo' e 'governe'" (SCHUMPETER, 1984, p. 355).

Schumpeter (1984, p. 314) refuta o pressuposto de bem comum observando que, para cada indivíduo este poderá significar uma coisa diferente. Sua perspectiva, portanto, é a da sociedade como um composto de indivíduos atomizados, sem a possibilidade de construção de vontades coletivas. O autor questiona a concepção de vontade popular, que para ele é

um construto social e afirma que aquilo com o que as pessoas se confrontam na política é uma vontade popular “manufaturada”, não a vontade “genuína”. Para ele, o “povo” não tem opiniões definidas e racionais sobre as questões políticas e desce a um patamar mais baixo de racionalidade quando entra no campo da política (SCHUMPETER, 1984, p. 329). Desse modo, este autor foi um dos grandes responsáveis pela difusão da ideia da incapacidade do cidadão comum para tratar dos assuntos públicos, subsumindo seu papel à escolha de líderes a quem incumbiria tomar as decisões. As conclusões a que Schumpeter chega são baseadas em uma visão da natureza humana na política: as pessoas são egoístas e incapazes de se preocuparem com os interesses coletivos.

Schumpeter busca, então, reformular a teoria democrática e construir uma concepção que auto-denomina mais realista, neutra, isenta de elementos normativos, portanto, uma teoria de bases empíricas, que visa relatar a forma como a democracia funciona.

A definição minimalista schumpeteriana de democracia irá concebê-la, portanto, como um método político de escolha das elites dirigentes, um arranjo institucional para se alcançarem decisões políticas por meio de uma luta competitiva pelo voto do povo (SCHUMPETER, 1984, p. 304, 336). Nesta acepção, a democracia é compreendida como um mero procedimento de seleção dos governantes, por meio do qual os eleitores escolhem periodicamente entre possíveis grupos de líderes. No lugar da ideia de poder do povo, trabalha-se com a noção elitista de que o governo é uma atividade de minorias. Conforme Schumpeter, sempre haverá desigualdade na sociedade, em especial a desigualdade política; isto é, sempre existirá uma minoria dirigente e uma maioria condenada a ser dirigida.

A característica distintiva da democracia em Schumpeter (1984, p. 355) passa a ser a competição pela liderança, e já não a participação do povo no governo, como preconizava a “concepção clássica”. “A democracia significa apenas que o povo tem a oportunidade de aceitar ou recusar os homens que o governam”. Nesta acepção, o único meio de participação aberto aos cidadãos é o voto para o líder, retirando dos eleitores qualquer

possibilidade de manifestação crítica, seja a respeito da forma como seus interesses estão sendo representados ou no que se refere à inclusão de temas na agenda pública. Desta feita, a única forma de controle dos líderes por parte dos cidadãos é a recusa em reelegê-los, e por conta disto, estes deverão levar em conta as preferências dos cidadãos (VITA, 2000, p. 5).

Em um modelo com tais características, o uso das NTIC's volta-se especialmente para campanhas eleitorais e campanhas informativas. O eleitor será alcançado por meio de uma estratégia que combine uso da televisão com novos meios interativos para dirigir-se a uma audiência segmentada e permitir a diversificação das mensagens em função das características do eleitorado, maximizando, deste modo, a obtenção de apoios e votos. O público, por sua vez, poderá ter maior acesso à informação e a diferentes pontos de vista de seus líderes e representantes. O uso das novas tecnologias deverá ser voltado, ainda, para que o Estado alcance eficiência (VAN DIJK, 2000).

2.2.3 A democracia plebiscitária

A democracia plebiscitária vislumbra a abertura de canais diretos de comunicação entre as autoridades e a cidadania para amplificar e reforçar a voz dos cidadãos. Neste modelo defende-se o ideal de democracia direta em detrimento da democracia representativa. Na democracia plebiscitária deve-se restringir ao máximo o número de decisões tomadas somente pelos representantes e, conseqüentemente, há que se expandir quanto seja possível a tomada de decisões pelos cidadãos mediante a convocatória de plebiscitos (VAN DIJK, 2000).

For these radical views the supposed democracy of the Athenian agora and the Roman forum, revived in some late-medieval Italian city states, have always been the prime source of inspiration. Anyway, they were for the Founding Fathers of the American constitution, like Thomas Jefferson (VAN DIJK, 2000, p. 43).

De acordo com Van Dijk (2000), o advento das novas mídias interativas estimulou o ressurgimento da concepção plebiscitária de democracia, especialmente nos Estados Unidos. Entre as décadas de 1960 e 1970 foi cunhado o termo “teledemocracia”, a partir da introdução da TV a cabo nos Estados Unidos. Acreditava-se que esta ferramenta proporcionaria substrato tecnológico para o emprego de mecanismos de democracia direta (HARTO, 2006).

Muitas experiências locais têm sido estudadas (ARTERTON, 1987). Os trabalhos de Becker (1981) e Barber (1984) são referências de esperança na capacidade técnica das novas mídias, no que tange à sua capacidade de eliminar as barreiras da democracia direta em sociedades de grande escala e complexas (VAN DIJK, 2000).

Conforme o modelo plebiscitário, a utilização das NTIC's seria para registrar votos e opiniões dos cidadãos, mediante a realização de enquetes, pesquisas, referendos, votações pela Internet e televisão interativa.

Following the plebiscitarian model the logical preferences in ICT are registration systems of the votes and opinions of citizens. Telepolls, telereferenda and televotes by means of telephone and computer networks, two-way cable television or future information highways are the favourite applications. As a well-known criticism of this conception of democracy points at the risks of a individualisation and atomisation of the citizenry and a simplification of issues, conversation applications are added sometimes. This means the design of electronic town halls, teleconferencing and other new discussion channels. Of course, consultation of mass and advanced public information systems by citizens themselves can not be discarded either. However, all systems filled with information by institutional politics are distrusted (VAN DIJK, 2000, p.43).

2.2.4 A democracia pluralista

Enquanto nos modelos competitivo, legalista e plebiscitário de democracia nada parece existir entre o Estado e a representação política, de um lado, e o cidadão, de outro, no modelo de democracia pluralista, ao contrário, a ênfase é atribuída ao papel de intermediação entre o Estado e os

indivíduos desempenhado pelas organizações e associações da sociedade civil. Na discussão dos pluralistas o poder é não hierárquico e estruturado de forma competitiva, “uma parte inextrincável de um infinito processo de barganha” entre numerosos grupos intermediários que representam diferentes interesses, por exemplo, organizações comerciais, sindicatos, partidos políticos, grupos étnicos, estudantes, institutos de mulheres, grupos religiosos, associações voluntárias, entre outros (HELD, 1987, p. 169, 172).

O principal expoente desta corrente democrática é Robert Dahl. Por considerar as democracias efetivamente existentes pobres aproximações do ideal democrático, ou seja, nenhum sistema no mundo real é plenamente democratizado, o cientista político norte-americano reserva o termo “democracia” para um modelo ideal e cunha a palavra “poliarquia” para designar uma forma de governo moderna onde estão presentes todos os critérios democráticos, ou seja, é a aproximação possível ao ideal democrático. Assim, as poliarquias “são regimes relativamente democratizados, substancialmente popularizados e liberalizados, isto é, fortemente inclusivos e amplamente abertos à contestação pública” (DAHL, 1997, p. 50). O conceito poliarquia, criado em oposição ao de oligarquia, é quase operacional, pois serve para comparar democracias mundialmente.

Dahl constata, portanto, uma sociedade segmentada do ponto de vista político, o que se observa já no sentido etimológico do termo poliarquia, com a presença de diversos grupos e polos de poder divergentes, sem que nenhum seja capaz de impor sua dominação, promovendo assim, o equilíbrio político e impedindo o monopólio do poder. Nestes termos, a democracia, no entender de Dahl, “é fruto de um cálculo de custos e benefícios feito por atores políticos em conflito” (LIMONGI, 1997, p. 21). Assim, “o caráter democrático do regime é assegurado pela existência de múltiplos grupos ou múltiplas minorias. Constata-se que, para Dahl, a democracia pode ser definida como o ‘governo das minorias’” (HELD, 1987, p. 175). E, neste contexto, o Estado desempenha um papel de árbitro.

Ainda de acordo com Dahl, o governo democrático se caracteriza fundamentalmente pela responsividade aos cidadãos; para tanto, faz-se necessário que os cidadãos tenham oportunidade de formular preferências, manifestá-las publicamente e receber igualdade de trato por parte do governo. Para que essas três condições se efetivem e uma ordem política seja classificada como poliárquica, é necessário que as instituições da sociedade forneçam pelo menos oito garantias institucionais: 1) liberdade de formar e aderir a organizações; 2) liberdade de expressão; 3) direito de voto; 4) elegibilidade para cargos públicos; 5) direito de líderes políticos disputarem apoio e votos; 6) fontes diversificadas de informação; 7) eleições livres, idôneas e frequentes e 8) instituições para fazer com que as políticas governamentais dependam de eleições e de outras manifestações de preferência (DAHL, 1997, p. 27).

Duas características das NTIC's resultam particularmente atrativas para a democracia pluralista: (1) a multiplicação de canais e meios de comunicação favorece a pluralidade da informação e discussão política, pois cada organização e associação pode expressar sua voz; (2) as redes de comunicação interativas se adequam perfeitamente a esta concepção horizontal da política. Os instrumentos mais utilizados neste modelo são todos aqueles que possibilitam estes intercâmbios interativos: correio eletrônico, listas de discussão ou videoconferências (VAN DIJK, 2000).

Following these two general preferences all applications which can be used to reinforce information and communication inside the organisations of civil society or between them will be favoured. They are applications to inform and to register their membership and external audiences like mass and advanced public information systems, registration systems and computerised self-surveys inside organisations. However, the most favourite instruments to a pluralist model of democracy are conversation systems inside or between organisations, associations and individual citizens: electronic mail, discussion lists, teleconferencing and decision support systems for the most complex problems (VAN DIJK, 2000, p. 44).

2.2.5 A democracia participativa

O modelo de democracia participativa, por sua vez, é uma combinação de mecanismo de democracia direta e representativa, enfatizando os aspectos substanciais da democracia. O papel fundamental no sistema democrático deve ser desempenhado pelos cidadãos.

Esta variante, denominada por Held (1987) como modelo da Nova Esquerda, tem como principais expoentes Carole Pateman e Macpherson que, “embora não tenham, de forma alguma, posições idênticas, têm alguns pontos de partida e compromissos em comum” (HELD, 1987, p. 229). Essa corrente inspira-se em Jean-Jacques Rousseau e “é herdeira dos movimentos contestatórios da década de 1960” (NOBRE, 2004, p. 33).

A pedra angular deste modelo é o conceito de cidadania desenvolvido mediante mecanismos de educação e discussão coletiva, concepção originária do Iluminismo (VAN DIJK, 2000). Trata-se de formar cidadãos que sejam membros ativos da comunidade. Portanto, um dos requisitos fundamentais consiste em proporcionar o máximo de informação possível para a cidadania, fazendo com que os centros de poder estejam abertos para sua participação.

Uma condição necessária ao modelo de democracia participativa é a presença de cidadãos informados. Autores como Pateman e Macpherson enfatizam a necessidade de se estimular uma cidadania ativa, bem como dos centros de poder político tornarem-se mais acessíveis aos cidadãos.

Outra prioridade deste modelo democrático é suplantar os déficits de formação política. Pretende-se, desta feita, ampliar a participação direta do cidadão nos processos decisórios e na regulamentação de instituições-chave da sociedade (HELD, 1987, p. 236).

Buscando retomar o ideal de participação para a teoria democrática contemporânea, Pateman (1992) questiona as teses sobre a inviabilidade da participação. De acordo com a autora, a democracia participativa é viável:

[...] nem as reivindicações por mais participação nem a própria teoria da democracia participativa baseiam-se, como se diz com tanta freqüência, em ilusões perigosas ou sobre fundamentos teóricos ultrapassados e fantasiosos (PATEMAN, 1992, p. 147).

Ainda de acordo com Pateman (1992, p. 145,6), a democracia participativa possibilita que os cidadãos participem de modo direto no processo de decisão, permitindo um controle real sobre o curso de sua vida ou sobre o desenvolvimento do ambiente em que vive. As práticas participativas podem se desenvolver, inicialmente, numa esfera local e em áreas alternativas, o que prepararia os cidadãos para intervenções de âmbito nacional. Em uma sociedade participativa o cidadão comum estaria mais capacitado para intervir no desempenho dos representantes em âmbito nacional, em melhores condições para tomar decisões de alcance nacional quando surgisse a oportunidade para tal, bem como estaria mais apto para avaliar o impacto das decisões tomadas pelos representantes sobre sua própria vida e sobre o meio que o cerca.

Conforme Macpherson, um sistema com participação, por si só, não afastaria todas as “iniquidades” da sociedade. No entanto, “a baixa participação e a iniquidade social estão de tal modo interligadas que uma sociedade mais equânime e mais humana exige um sistema de mais participação política” (MACPHERSON, 1978, p. 98).

A defesa lógica que os adeptos deste modelo de democracia fazem dos usos da NTIC's são aqueles capazes de informar e ativar a cidadania. Campanhas informatizadas de informação e sistemas públicos de informação massificada seriam uma forma de ajudar a reduzir o fosso entre os “ricos e os pobres de informação”, sendo esta a única maneira de abrir ou tornar transparente o sistema político para a massa de cidadãos (VAN DIJK, 2000).

O uso das NTIC's se dirige à consecução dos objetivos de formação de cidadãos informados, ativos e participativos mediante campanhas informativas nas quais o uso das novas tecnologias como veículos para fazer chegar os conteúdos consistem em meio fundamental. As listas de discussão, as videoconferências, por exemplo, são ferramentas defendidas neste modelo.

A discussão eletrônica é enfatizada, uma vez que pode servir como aprendizagem democrática e para a formação da opinião. No entanto, deve ser atendida a condição de que não somente as elites sociais e intelectuais participem delas.

2.2.6 A democracia libertária

A democracia libertária remete à oposição da existência de uma autoridade centralizada e à defesa da autonomia dos indivíduos para a auto-organização. Considerando que o modelo é uma criação de Van Dijk com base no contexto norte-americano, a esta conotação soma-se a defesa do livre mercado em nome da liberdade dos indivíduos para se auto-organizarem sem interferências das autoridades estatais. O aspecto da defesa do livre mercado distingue o modelo do discurso libertário clássico europeu (HARTO, 2006).

Os adeptos do modelo defendem as comunidades virtuais, o uso de enquetes e pesquisas e os formatos de comunicação horizontal entre indivíduos sem mediações. Seu elemento mais característico é a ênfase na autonomia política dos cidadãos e de suas organizações através do uso das capacidades de comunicação horizontal que oferecem as novas tecnologias.

Para os defensores deste enfoque as instituições políticas “estão obsoletas y deben ser substituidas por una nueva realidad política basada en redes” (HARTO, 2006, p. 39). Portanto, o problema fundamental a ser resolvido é o centralismo, o burocratismo e a obsolescência de um sistema político incapaz de dar resposta eficaz às demandas e expectativas da sociedade moderna. Van Dijk (2000), citando Katz (1997) resume o modelo:

In *The Birth of a Digital Nation* I described a new ‘postpolitical’ community that blends the humanism of liberalism with the economic vitality of conservatism. I wrote that members of this group consistently reject both the interventionist dogma of the left and the intolerant ideology of the right. Instead, I argued, Digital Citizens embrace rationalism, revere civil liberties and free-market economics, and gravitate toward a moderated form of libertarianism (KATZ, 1997 apud VAN DIJK, 2000, p. 45).

Para criar esta nova realidade política o papel das NTIC's é fundamental: (1) os cidadãos devem estar bem informados com conteúdos isentos de preconceitos, sendo a liberdade de informação algo central na Internet; (2) os cidadãos devem ser capazes de debater esta informação por meio de todo tipo de mecanismo que favoreça a comunicação horizontal (grupos de notícias, grupos de discussão, chats, correio eletrônico, etc.); (3) assegurar as condições para que os cidadãos possam emitir sua opinião e voto por meio de consultas online e tele-votações que depois sejam levadas em conta pelas instituições do sistema político. Estas preferências implicam que o modelo libertário é tanto substancial quanto procedimental; não obstante, se aproxima mais da democracia direta do que da representativa (VAN DIJK, 2000).

Verificamos, portanto, que as funções da Internet para a democracia referem-se a diferentes concepções normativas de democracia. Estamos diante não apenas de mera divergência semântica, mas sim de disputas de projetos políticos (GOMES, 2007). No entanto, embora os argumentos otimistas anteriormente explanados tenham como pano de fundo diferentes modelos de democracia, eles compartilham uma convicção de que a tecnologia abre possibilidades para uma vivência mais democrática.

Vista assim, a democracia via Internet parece oferecer uma solução aos problemas de democratas liberais a democratas diretos. Apenas parece importar que tipo de democracia esteja sendo defendida, pois a nova infraestrutura tecnológica pode garantir seu sucesso (STREET, 1997, p. 31). No entanto, esta visão é contestada.

3. Questionamentos às teses de democracia digital

Ao final de 1990, à visão otimista anteriormente abordada se opõe uma segunda onda de análises críticas, trazendo dúvidas sobre as suposições entusiásticas (DAVIS, 1999; KAMARCK; NYE, 1999). Enquanto a perspectiva

ciberotimista era típica da literatura inicial sobre Internet e política, várias análises posteriores foram cunhadas como *ciberpessimistas* ou *cibercéticas* (NORRIS, 2001).

Ulterior à fase entusiástica sobre o potencial das novas tecnologias, e em especial da rede eletrônica, se fez crescente uma literatura que insistiu em apresentar um conjunto de restrições e déficits da Internet, no que tange à sua contribuição às democracias modernas. Conforme Wilson Gomes, esta literatura apresenta

[...] vários estratos e [diferentes] níveis de radicalismo, pois pode envolver desde publicações dotadas de um viés *antiutópico*, *neoludita* e *tecnofóbico* até as posições *céticas* e *realistas*, desde as posições que incluem a internet em teorias da conspiração - em cujo centro estaria o capitalismo avançado e a sua ideologia, para uns, ou simplesmente o mal moral, para outros - até aqueles que consideram-na um meio *neutro*, com um enorme potencial democrático mas que em geral não tem entregue o que promete (GOMES, 2005, p. 19, grifos acrescidos).

Esta literatura divide-se em críticas que se dirigem propriamente à arquitetura técnica da Internet e também questionamentos destinados a “um conjunto de representações empolgadas sobre a Internet, que elevou à última potência as suas características positivas sem se importar em oferecer apoios concretos às suas assunções”, ou seja, a retórica a respeito da Internet e “os imaginários *ciberentusiasmados* que prosperam na academia e no jornalismo” (GOMES, 2005, p. 19).

Scheufele e Nisbet (2002, p. 55) fazem a crítica aos ciberotimistas por meio de uma analogia dos argumentos favoráveis às contribuições das NTIC's para a democracia a uma goma de mascar: “têm muito gosto no princípio, mas inevitavelmente falta substância”.

De acordo com tais autores, quando o rádio foi inicialmente introduzido no início do século XX, ele foi concebido como uma maravilha científica, um dispositivo de comunicação sem fios que poderia conectar os cidadãos por meio de conversações interativas através do globo. Três décadas depois, começou a ser criticado por sua característica de comunicação

monológica que, ao invés de substituir os jornais impressos, pelo contrário, remetia os ouvintes a eles para aquisição de informações mais detalhadas (DEFLEUR; DENNIS, 2001 apud SCHEUFELE; NISBET, 2002, p. 55).

Da mesma forma, quando o telefone foi inventado, foi anunciado como um catalisador para expandir as redes sociais para além das limitações das conexões de bairro. Contudo, pesquisadores críticos indicaram a perda de interações face-a-face para interações mediadas e, ainda, que as pessoas com as quais se falava pelo telefone eram aquelas também visitadas e vice-versa (PARK et al., 1981; WELLMAN; TINDALL, 1993 apud SCHEUFELE; NISBET, 2002, p. 56). Portanto, para Putnam (1995), o telefone reforçou redes sociais já existentes, ao invés de criar novas. Com a difusão da televisão, muitos esperavam que as notícias televisivas fossem uma forma de informar o público de massa, especialmente os indivíduos de baixo nível socioeconômico e que não utilizavam regularmente os jornais. Contudo, pesquisas subsequentes indicaram que o conhecimento que os indivíduos podem adquirir por intermédio de um noticiário é limitado e, portanto, é inexpressivo para atenuar o fosso de conhecimento que separa elites e não elites (TICHENOR et al. 1970; CHAFFEE; KANIHAN, 1997), instruídos e não instruídos (EVELAND; SCHEUFELE, 2000 apud SCHEUFELE; NISBET, 2002, p. 57).

É neste sentido que autores que se empenharam em investigações empíricas enfatizaram que as inovações tecnológicas frequentemente foram saudadas com otimismo; no entanto, as suposições entusiasmadas não se confirmaram empiricamente. Assemelhando os prognósticos entusiásticos sobre a Internet ao histórico de otimismo que acompanhou quase todas as inovações tecnológicas, esta segunda onda teórica sobre Internet e política, em contraste à primeira, marcadamente otimista, apresenta-se mais hesitante em sua avaliação do potencial democrático da Internet. Os críticos asseveram que há um hiato entre “a terra prometida da infra-estrutura democrática e o real funcionamento da rede” (BUCHSTEIN, 1997, p. 249) e as chances de superar esta lacuna não são muito promissoras.

Parte da literatura ciberpessimista é dedicada a identificar restrições e déficits do espaço eletrônico virtual e também como o uso da Internet pode representar ameaças à democracia. Comumente são realizados questionamentos às representações entusiásticas e conjecturais efetuadas pelo primeiro conjunto de autores que investigaram o objeto.

3.1 As implicações sociais e políticas negativas da Internet

Nesta seção será focada esta visão cética e as críticas mais usuais em relação à Internet.

3.1.1 Exclusão digital

A exclusão digital é central na argumentação cibercética. Teóricos pessimistas objetaram as visões otimistas principalmente fazendo alusão à chamada “divisória” ou “divisão digital” (*digital divide*) que a Internet promove na sociedade. A divisão digital refere-se a “desigualdades de acesso à Internet, extensão do uso, conhecimento de estratégias de pesquisa, qualidade de conexões técnicas e suporte social, habilidade para avaliar a qualidade das informações e diversidade de usos” (DIMAGGIO et al. 2001, p. 310).

Em outras palavras, divisória digital refere-se à ideia de que a Internet está criando um mundo dividido entre os que têm e os que não têm Internet. Diversos autores (dentre eles MILNER, 1999; WILHELM, 1999, 2000; TSAGAROUSIANOU, 1998) asseveraram que “o acesso profundamente desigual às tecnologias da comunicação cria novas e severas assimetrias entre ‘os plugados’ e os ‘não plugados’, ou destituídos das tecnologias de informação”. O alto custo da tecnologia (da linha telefônica, das ligações, do computador, dos provedores) e o elevado índice de analfabetismo, somado ao

analfabetismo funcional e à defasagem cognitiva, barram o acesso de muitos ao espaço cibernético (MAIA, 2002, p. 5, 6).

De acordo com esta visão, além dos indivíduos, os territórios não conectados à Internet são prejudicados, pois perdem competitividade econômica internacional por serem incapazes de se inserirem no novo modelo de desenvolvimento e, por conseguinte, formam bolsões crescentes de pobreza. Norris (2001) referenda este argumento baseando-se em uma análise detalhada das estatísticas internacionais de acesso à Internet, por meio da qual conclui que o acesso à rede eletrônica está reforçando desigualdades entre usuários e nações.

Enquanto os teóricos cibercéticos consideram que, ao invés de oferecer oportunidades, a Internet estaria (re)produzindo desigualdades sociais no ambiente digital, os ciberotimistas, rebatendo essa crítica, afirmam que a diferença em termos de acesso não significa um problema, pois se observa “um desenvolvimento considerável da conectividade”. Autores como Castells (2003, p. 266) insistem que “as taxas de crescimento da Internet em toda parte são altíssimas e aquilo que hoje se chama de divisória digital [...] e que é fundamentalmente a falta de conectividade, [...] está deixando de ser um problema”. Mesmo em meio a contra-argumentos deste tipo, a desigualdade de acesso tem sido alvo de inexorável crítica. Apesar de sua rápida difusão, os cibercéticos insistem que o abismo, do ponto de vista do uso da Internet, continua e sempre continuará a existir, ou seja, a Internet estará disponível para uma minoria da população.

Gomes (2005) pondera que, de fato, há evidências de que a diferença em oportunidade de acesso à Internet vem diminuindo, “numa velocidade maior nos países altamente industrializados e com maior dificuldade nos outros países”. No entanto, para o autor, esta evolução

[...] tenderá a se estabilizar nos limites das classes sociais, isto é, conduzirá no máximo a que os integrantes das classes altas e médias tenham um acesso homogêneo ao mundo digital, a prescindir de diferenças de sexo, status e idade, por exemplo. No extremo, integrará, através do serviço público, os membros

das classes baixas que possuam capital cultural semelhante àquele das classes superiores (GOMES, 2005, p. 23-4).

Anthony Wilhelm (2000 apud MAIA, 2002), elaborando o modelo centro-periferia do acesso tecnológico, discute o problema da divisão digital, chamando a atenção para a necessidade de se distinguir entre os vários níveis de "acesso" e de "utilização" dos meios, a fim de capturar a lógica de exclusão proporcionada pelas novas tecnologias:

No topo da sociedade da informação estão aqueles que têm "pleno acesso" aos seus recursos, como instrumentos de informação e comunicação. Na camada seguinte, há os "usuários periféricos" que, embora tenham acesso às tecnologias, utilizam-nas de maneira episódica, sobretudo para propósitos comerciais e de entretenimento. Na camada posterior, estão aqueles que têm "acesso periférico", que podem ter o próprio computador, mas não estão conectados à rede e dependem de acesso público. Por fim, estão os chamados "imunes ao progresso", aqueles nunca usaram o computador, não dispõem da educação necessária para fazê-lo e encontram-se irremediavelmente excluídos (WILHELM, 2000, p. 73-85 apud MAIA, 2002, p. 6).

De acordo com DiMaggio et al. (2001) estudos estatísticos demonstram diferenças no acesso à Internet, favorecendo os indivíduos educados em faculdade, ricos, brancos, jovens, do sexo masculino e moradores do setor urbano. Embasados em pesquisas deste teor, os cibercéticos sugerem que as novas tecnologias apenas continuarão a beneficiar as pessoas dos altos estratos sociais, que podem usar seus recursos para empregar a Internet mais produtivamente do que os cidadãos menos privilegiados.

Essa tendência seria ainda reforçada pelas melhores conexões de Internet e habilidades requeridas para que os cidadãos se beneficiem desta tecnologia. Para diversos críticos, não somente importa se alguém tem acesso ou não à Internet, mas também o local de acesso (residência ou trabalho), a qualidade do hardware, software e conexões, a existência de requisitos cognitivos para usar a tecnologia e obter apoio social. Anderson et al. (1995 apud DIMAGGIO et al., 2001) destacam as assimetrias de oportunidades entre

aqueles que possuem e os que não dispõem de acesso à Internet para diversas atividades, como encontrar emprego, aprimorar a educação, informações governamentais, participar de diálogos políticos e construir redes de suporte social.

Um estudo realizado por Neuman et al. (1996) relatado por DiMaggio et al. (2001), utilizando um software especial de *login* para comparar o comportamento on-line de usuários da web experientes e novatos, reforça a ideia de que os efeitos do uso da Internet variam de acordo com a competência do usuário. Comparados aos usuários experientes da Internet, os novatos navegaram a maior parte do tempo sem objetivos concretos e foram muito menos bem-sucedidos em encontrar informações. As reações negativas refletiram não a experiência de utilizar a Internet em si, mas a frustração e o sentimento de impotência desses usuários inexperientes sem acesso imediato a um apoio social.

Para alguns autores, a crítica à divisão digital assume a forma de “desconfiança sobre a capacidade que a rede teria de aumentar o quociente de isonomia política dentre os cidadãos” (GOMES, 2005, p. 22). De acordo com esta perspectiva, a divisão digital representa um problema concreto à democracia, pois afeta alguns dos pilares democráticos, como a inclusão e a oportunidade de igualdades. O conceito-chave “inclusão” é decisivo em qualquer modelo de democracia (DEAN, 2003 apud GOMES, 2005), pois se acredita que “uma autêntica experiência de democracia depende basicamente de uma paridade fundamental entre os cidadãos” [...], ou seja, pela igualdade de oportunidades e pela “equanimidade de meios e recursos” (GOMES, 2005, p. 22).

Assim, muitos teóricos críticos enfatizarão o acesso desigual às informações criado pela Internet, focando os benefícios para os que têm e as desvantagens para os que não têm acesso ao ciberespaço. Para aqueles que detêm acesso, a Internet é um valioso recurso para a participação política. No entanto, a discussão política no espaço virtual exclui aqueles que não têm

acesso a este espaço. Por este motivo, o acesso desigual à informação compromete a representatividade da esfera virtual.

Para diversos teóricos desta segunda onda, o futuro da Internet, bem como seu impacto social, será influenciado pela resolução de alguns pontos principais. Dentre os mais citados está o problema da exclusão digital, ou seja, estabelecer igualdade de acesso à Internet é premente para assegurar que aqueles que estão excluídos digitalmente possam ter as mesmas oportunidades políticas, econômicas e sociais que a Internet provê (DIMAGGIO et al., 2001, p. 328).

3.1.2 Estratificação social

Para determinados teóricos cibercéticos, devido à distribuição desigual de habilidades técnicas e recursos financeiros, a ciberdemocracia ampliará a estratificação social e conduzirá a novas distinções entre uma elite detentora de acesso à Internet e conhecimentos abundantes e outra classe, daqueles que não possuem capacidade cognitiva, e tampouco acesso tecnológico. Suspeita-se que o acesso à Internet ampliará o fosso que separa os ricos e os pobres em informação e em chances de participação e acrescentará “ao patrimônio de uns mais um conjunto de vantagens que a outros não são dadas” (GOMES, 2005, p. 23).

Assim, para os críticos da primeira onda de análises sobre Internet e política, a rede eletrônica não alterará o equilíbrio de poder entre o governante e o governado, e tampouco aumentará a influência pública no processo político, mas simplesmente reforçará o *status-quo*. Pior, ela pode, na realidade, aprofundar o abismo entre uma elite tecnológica e a grande massa, pelo fato de estar criando uma divisória digital, já que os pobres têm acesso restrito a ela. Neste sentido, as tecnologias da multimídia podem estar reforçando as fissuras culturais, raciais e de classe (NOVOTNY, 1998, p. 178).

Conforme Wilhelm busca evidenciar,

[...] tais barreiras digitais acabam por reforçar os eixos de exclusão sócio-econômicos e culturais quando as instituições

políticas decidem fazer uso das novas tecnologias para formular serviços baseados na escolha dos cidadãos, disponibilizar serviços e democratizar os processos de tomada de decisão. Isso gera um mecanismo retroalimentador, reforçando assimetrias e ampliando as exclusões (WILHELM, 2000, p. 73-85 apud MAIA, 2002, p. 6).

Neste sentido, outra asserção crítica feita pelos cibercéticos é a de que a Internet reproduz desigualdades políticas, “the same imbalances and inequality of resources continue to distort participation” (STREET, 1997, p. 33) e serve, de fato, para promover interesses poderosos dos grupos dominantes, contribuindo para a despolitização do cidadão, transformando-o, cada vez mais, em um consumidor (WEIZENBAUM, 1984; ZOLO, 1992).

3.1.3 O espaço virtual não se constitui uma esfera pública

A divisão digital lança dúvidas, ainda, acerca da existência de uma “esfera pública virtual”, com vistas à inclusão de *toda* a população, defendida pelos ciberotimistas. “O potencial da Internet para expandir os fóruns conversacionais faz emergir inevitavelmente o problema do acesso”. Neste sentido,

[...] em termos ideais, a aproximação das condições de universalidade do discurso significa, em primeiro lugar, que *não pode haver barreiras excluindo certas pessoas ou grupos do debate*. Supõe idealmente a inclusão de todos aqueles potencialmente concernidos ou afetados (MAIA, 2002, p. 5, acrescidos os grifos).

No entanto, por enquanto, “a distribuição desigual de competências técnicas, de recursos financeiros e de habilidades educacionais se transforma numa nova desigualdade de oportunidades políticas que, ao invés de resolver as desigualdades anteriores, torna-as ainda mais graves”, por excluir uma parcela considerável da população (GOMES, 2005, p. 22). No que se refere à busca de informação política on-line, isso significa que os tradicionalmente desinformados e desengajados permanecerão assim e,

portanto, o abismo entre o engajado e o desengajado politicamente pode, na verdade, aumentar.

Somam-se ao problema da exclusão digital, apontado por diversos autores desta segunda onda, outros argumentos para contestar o conceito de “esfera pública virtual”, tais como “a carência de racionalidade (um ambiente sem ordem discursiva, debate sobre temas de maneira pouco precisa) e de civilidade, [pois a Internet] garante o anonimato que serviria para os usuários agredirem uns aos outros” e a desorganização do ambiente digital. Além disso,

[...] a esfera pública deve possuir uma unidade que busque, sempre que possível, o consenso em torno dos temas coletivos. Isto também não ocorre na maioria das interações e debates travados em rede, pois a divergência, devido ao choque cultural e de visões de mundo, seria persistente (DEAN, 2003 apud MARQUES, 2006, p. 177).

Por tais motivos, para Dean (2003), a Internet não é um legítimo espaço de discussão de qualidade. Nesta mesma linha de argumentação, Wolton (2001) considera a Internet e suas arenas discursivas como “algo pouco sério, um espaço onde predomina o caos e a experimentação adolescente”. Além disso, “nada garante que, uma vez mostradas as armas e iniciada a contenda retórica, [...] os cidadãos distantes fisicamente queiram se manifestar de acordo com regras mínimas de civilidade para produzir um debate frutífero (apud MARQUES, 2006, p. 172).

Outro argumento que se opõe à noção de esfera pública virtual é desenvolvido por Papacharissi, que conduz sua reflexão a partir da distinção entre “espaço virtual” e “esfera pública virtual”. Papacharissi (2002, p. 11) chama a atenção para o fato de que um novo espaço público não é sinônimo de uma nova esfera pública, pois um espaço virtual aumenta a discussão e uma esfera pública virtual aumenta a democracia: “a virtual space enhances discussion; a virtual sphere enhances democracy”.

Conforme esta visão, a Internet não tem “condições de aceder ao *status* de uma esfera pública virtual”. Ou seja, “a Internet funciona como um

espaço com a capacidade de facilitar, mas não determinar, uma renovação da esfera pública”, pelo qual

[...] há uma extensão nos canais de comunicação a partir do advento do ciberespaço, sem, entretanto, poder ser constatada uma modificação substancial quanto à comunicação política em si. [...] As redes digitais demonstram, em muitos momentos, serem apropriadas pela política tradicional, em vez de revolucionar suas estruturas (PAPACHARISSI, 2002 apud MARQUES, 2006, p. 179).

3.1.4 Comercialização

Alguns autores, analisando a Internet, inspiram-se na linha da teoria crítica e estendem à rede eletrônica os argumentos sobre a indústria cultural desenvolvidos pelos teóricos da Escola de Frankfurt, que traça um panorama nada alentador sobre a sociedade capitalista do século XX. De acordo com esse pensamento, há um controle crescente por parte dos sistemas da mídia que tem por objetivo falsificar as relações antagônicas de uma sociedade de classes, estruturada segundo a lógica da dominação, criando ilusão social de felicidade mediante o entretenimento²². Esta narrativa pessimista, que vincula o poder da mídia à própria estrutura da sociedade, havia sido atenuada pelo advento da Internet. Muitos teóricos ciberotimistas viram na comunicação via Internet a possibilidade de uma radical extensão da esfera pública. A comunicação de mão dupla, descentralizada e a supressão de barreiras temporais e espaciais foram vistas como condições para oferecer a base pela qual se poderiam habilitar vozes marginalizadas a serem ouvidas. Assim, poderia haver maior competição entre discursos e, portanto, entre relações de poder (DAHLBERG, 2005, p. 93).

²² Os principais expoentes desta matriz teórica são Adorno, Horkheimer e Benjamin e traça um panorama nada alentador sobre a sociedade capitalista do século XX. A Teoria Crítica, de acordo com os autores, se propôs a identificar, denunciar e desocultar as bases de um esquema que está a serviço da classe dominante. A *indústria cultural*, principal conceito desenvolvido pelos autores, levou à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social: a criatividade, a originalidade e a unicidade, pois, de acordo com tais teóricos, a verdadeira arte não pode ser reproduzida tecnicamente. A indústria cultural falsifica as relações antagônicas na sociedade, criando a ilusão de felicidade social mediante o entretenimento. Neste sentido, o todo se sobrepõe à parte e o indivíduo está anulado, impossibilitado de libertação, sendo uma peça da engrenagem social (ADORNO; HORKHEIMER, 1991).

A análise crítica dos espaços de comunicação digital, contudo, conduziu uma vez mais a muito pessimismo. Vários pesquisadores advertem que a promessa democrática radical da Internet está sendo ameaçada pela "colonização" do ciberespaço pelas corporações (veja, por exemplo, BARNEY, 2000, 2003; DAHLBERG, 2002; FORTIER, 2001; MCCHESENEY, 1999, 2002; NAPOLI, 1998; SCHILLER, 1999)²³. O argumento consiste em que as corporações poderosas, apoiadas em políticas neoliberais, estão conquistando crescentemente a propriedade e o controle do ciberespaço e, assim, favorecendo determinadas vozes e práticas instrumentais do capitalismo de consumo, na medida em que marginalizam a comunicação crítica, um elemento que é central para uma cultura democrática forte.

Os cibercéticos contestam, ainda, a noção de que o espaço on-line chama a atenção dos usuários para uma extensão de notícias e os motiva para a discussão, que pode reunir diversas posições contestatórias, superando a parcialidade dos meios de comunicação de massa. Neste sentido, os teóricos críticos discutem que a multiplicidade de notícias, informações e discussão destes espaços digitais não possibilita diversidade. A forma como os megaportais conduzem os debates online tende a marginalizar vozes críticas. Além disto, discute-se que a retórica democrática é solapada pela constituição de consumidores estratégicos em detrimento de cidadãos críticos e reflexivos, ou seja, é dominada pela lógica individualista, comercial e instrumental (DAHLBERG, 2005, p. 94). Para tais investigadores, portanto, na Internet, a comunicação instrumental-estratégica é privilegiada em detrimento de formas crítico-reflexivas que devem constituir os públicos democráticos.

Um dos problemas endêmicos das "velhas" mídias é sua concentração em poucas mãos e a grande atração das novas mídias eletrônicas é, exatamente, a possibilidade de acesso aberto. No entanto, para muitos críticos, este problema atinge também o ciberespaço, de acordo com os quais a concorrência entre companhias privadas no espaço digital está

²³ Ver DAHLBERG, Lincoln. The Corporate Colonization of Online Attention and the Marginalization of Critical Communication? *Journal of Communication Inquiry*, n. 29, p. 160-180, 2005.

mudando o caráter da Internet, transformando-a em um instrumento de comercialização adicional, impedindo, assim, a comunicação direta entre os cidadãos. O principal argumento neste sentido é que a Internet é um meio constituído em uma era capitalista. Portanto, é parte integrante de um contexto social e político (JONES, 1997) e, como tal, suscetível às mesmas forças e regras (CAREY, 1995 apud PAPACHARISSI, 2002). Para a grande maioria das corporações, a Internet é vista como outro empreendimento de massa, subordinando-se, portanto, de acordo com diversos teóricos, à lógica de mercado (SCHILLER, 1999, p. 10 apud BOLAÑO; CASTAÑEDA, 2002).

Deste modo,

[...] a revolução tecnológica atual originou-se e difundiu-se, não por acaso, em um período histórico da reestruturação global do capitalismo, para o qual foi uma ferramenta básica. Portanto, a nova sociedade emergente desse processo de transformação é capitalista e também informacional, embora apresente variação histórica considerável nos diferentes países, conforme sua história, cultura, instituições e relação específica com o capitalismo global e a tecnologia informacional (CASTELLS, 1999, p. 31).

Há dois aspectos principais desta colonização do ciberespaço que são apontados pelos teóricos críticos como limitadores do potencial democrático da Internet. O primeiro é a dominação da atenção on-line por parte de corporações econômicas e mega-portais de notícias e provedores de correio eletrônico (e-mail). O segundo aspecto consiste no fato de que a propriedade privada crescentemente controla o conteúdo e a administração da Internet e dos *softwares* (programas).

Em termos do primeiro aspecto, estão prosperamente grandes corporações da mídia investindo seus volumosos recursos para canalizar a atenção dos cibernautas a seus mega-portais (por exemplo, MSN, AOL, Yahoo, Google) ou sites de notícias (por exemplo, CNN) (DAHLBERG, 2005, p. 94).

A concentração de propriedade e a padronização do conteúdo foram documentadas por vários estudiosos (por exemplo, BAGDIKIAN, 1983; ETTEMA; WHITNEY, 1994). Tal concentração, conforme esta abordagem,

cultiva o cinismo público devido à cobertura tendenciosa da mídia e, conseqüentemente, arruína o potencial democratizador dos meios de comunicação.

Analisando o mercado brasileiro de Internet, Bolaño e Castañeda (2002) enfatizam que, até meados de 1998, ele era totalmente dominado pelo capital nacional, a partir de quando se verifica o investimento de diversos grupos internacionais. Alguns dos principais provedores brasileiros, a fim de ampliar sua área de atuação e disponibilizar mais conteúdo, passaram, então, a aliar-se a pequenos provedores locais.

Em nível internacional, essa tendência à concentração foi definitivamente confirmada em janeiro de 2000, nos EUA, “quando a AOL compra o controle acionário do Grupo Time Warner, por U\$\$ 184 bilhões, gerando a maior empresa de comunicação do mundo, avaliada em cerca de U\$\$ 350 bilhões na Bolsa de Nova York. Pouco tempo depois, em 15/12/2000, foi firmada a fusão entre Vivendi, Seagram e o Canal Plus, formando o segundo maior conglomerado do mundo nesse setor. Dele fazem parte, além dos grupos citados, Cegetel, Havas e a Universal (filmes e música)” (SCHILLER, 2001, p. 8 apud BOLAÑO; CASTAÑEDA, 2002).

Por tais motivos, os cibercéticos associam a Internet a uma esfera comercial dominada pelas corporações habituais, mas com uma capacidade ampliada para invadir a privacidade dos cidadãos (BENIGER, 1996; LESSIG, 1999 apud DIMAGGIO et al., 2001, p. 319).

3.1.5 Controle

A troca de informações via web tem sido analisada como algo que vulnerabiliza os cidadãos ao controle por parte do Estado e de companhias capitalistas. Toda ação realizada na Internet deixa um rastro digital que pode ser detectado eletronicamente.

Desta forma, as novas tecnologias de comunicação e informação habilitam um número pequeno de pessoas, governos ou agências a monitorar e

potencialmente controlar um número grande de cidadãos (BUCHSTEIN, 1997, p. 250).

Para Gomes (2005, p. 27), “no momento da mais inflamada retórica emancipatória da Internet, a rede era entendida como um espaço protegido de qualquer injunção de controle e filtro e dedicada a cultivar a plena liberdade de expressão”. A Internet, neste sentido, estava a serviço da democracia, propiciando uma virtude democrática essencial: a liberdade. No entanto, para diversos teóricos desta segunda onda,

[...] o charme libertário da internet está definitivamente em crise. A retórica entusiasmada que a considerava uma espécie de maravilha democrática parece se contrapor agora uma *retórica paranóica* na qual o universo digital se converte em instrumento do mal. E há hipérboles de um lado e do outro. Primeiro, claro, o universo digital reforçou imensamente a fantasia de um big brother eletrônico, isto é, um sistema de espionagem high-tech controlada por um centro qualquer de poder (GOMES, 2007, p. 27-8 acrescidos os destaques).

Esta possibilidade de controle por meio da Internet fomentou muitas análises pessimistas, que assumiram a forma de desconfiança de uma vigilância global da sociedade.

This pessimism extends from ‘*big brother*’ fears to *hyperrealist scenarios* - from the development of a global surveillance society to the implosion of reality in an electronically generated and sustained system of pure fabrication (DAHLBERG, 2005, p. 93, grifos acrescidos).

Por este motivo, autores como LESSIG (1999) apontam que a privacidade dos cibernautas está em risco e questionam o limite que deve haver na abordagem dos usuários da Internet por parte de empresas, políticos, vendedores on-line e portais de serviços.

3.1.7 Extremismo e Excentricidade

Outro aspecto negativo da Internet comumente apontado é o fato do debate on-line, especialmente no que se refere a questões políticas, ser

polarizado frequentemente por mensagens que externam posições extremas e chegam a envolver até mesmo a troca de insultos.

De acordo com Abramson et al. (1988 apud PAPACHARISSI, 2002), frequentemente a comunicação on-line é um desabafo emocional, com “opiniões precipitadas”, em lugar de um discurso racional.

Afirmou-se também que o debate na Internet é permeado por pontos de vista excêntricos, ou seja, por indivíduos que não representam de fato a opinião pública (HILL; HUGHES, 1998 apud JOHNSON; KAYE, 2003). As consultas instantâneas produzem julgamentos rápidos em detrimento de “opiniões razoáveis” sobre os assuntos. Assim, a confiança nas pesquisas on-line ou nos portais eletrônicos poderia levar a uma “hiperdemocracia”, onde os políticos e governantes baseariam suas decisões em julgamentos de seus governados ao invés de realizar a deliberação cuidadosa que a política deve buscar:

Reliance on online polling or town halls could lead to a “hyperdemocracy” where officials base their decisions on the top-of-the-head judgments of their constituents rather than careful deliberation about what policy should be pursued (CAVANAUGH, 2000; EPSTEIN, 1996 apud JOHNSON; KAYE, 2003, p. 14).

3.1.8 Anonimato

Desde que não seja requerida identificação na rede, o cibernauta pode ser tão anônimo quanto desejar. De acordo com Stoll (apud BUCHSTEIN, 1997, p. 258) “anonymity encourages behavior that says 'Hey, I'm two thousand miles from you, you can't do anything to me, you don't even know my name”.

O mesmo anonimato e ausência de interação face-a-face, que amplia a liberdade de expressão on-line, impede aos indivíduos avaliarem o impacto e valor social de suas palavras (JONES, 1997 apud PAPACHARISSI, 2002, p. 16).

Poster (1995, p. 18) discutiu que o argumento racional, rememorativo de uma esfera pública, raramente pode prevalecer e a viabilização de consensos não é possível on-line, especificamente porque a identidade configura-se muito fluida e móvel no ciberespaço. Assim, a rede beira a irrealidade, pois possibilita a criação de falsas identidades virtuais.

3.1.9 Escassez de atenção

A Internet foi exaltada pelo potencial de disponibilizar uma diversidade de informações ao alcance dos indivíduos. Contudo, a abundância de informação cria um novo problema: a atenção escassa. Os produtores de conteúdo só podem alcançar grandes audiências se os *gatekeepers* on-line - os portais de serviços que categorizam a informação na rede e criam *links* de pesquisas que remetem a outros sites - canalizarem os usuários a eles.

Outro aspecto apontado pelos críticos é o fato de que, diferentemente de algumas mídias tradicionais, a web exige um maior grau de iniciativa do usuário, o qual não pode ser atingido diretamente se estiver em uma posição passiva, ao contrário do que ocorre com a televisão e o rádio. No caso da Internet, os cibernautas precisam estar conscientes da importância e ter uma motivação para visitar um determinado *website*. Isso demonstra que, embora o problema geral do acesso possa ser gradativamente reduzido, pois o número de usuários da Internet está aumentando, atrair cibernautas apáticos em relação à política tende a permanecer problemático (GIBSON et al., 2003).

3.1.10 Fragmentação

As NTIC's possibilitam a discussão entre pessoas situadas em locais distantes do globo. No entanto, de acordo com a perspectiva crítica, de igual modo, frequentemente fragmentam o discurso político. Os céticos acautelam que as tecnologias não são universalmente acessíveis e que induzem à

fragmentação, ao contrário de uma esfera pública reavivada (PAPACHARISSI, 2002, p. 10).

3.1.11 Ciber-ameaça

Outro argumento ciberotimista frequentemente contestado é aquele que diz respeito ao potencial democratizante da Internet por seu alegado livre fluxo de informação. Para os cibercéticos, tal fato cria um dilema, pois este livre fluxo de informação pode, na verdade, acarretar a disseminação de informações perversas, antidemocráticas, perigosas, falsas ou criminosas (BUCHSTEIN, 1997, p. 252).

Há informação má, perigosa, criminosa, falsa, ofensiva à dignidade humana, injuriosa e anti-democrática e defender o seu direito de existir não é o mesmo que lutar por direitos civis no ciberespaço, como querem os libertarianistas, mas engajar-se na proteção do direito ao *hate speech*, ao *racismo* publicado, à *discriminação de minorias* (GOMES, 2002, p. 27, grifos acrescidos).

Portanto, enfatizam os cibercéticos as características paradoxais da Internet, afirmando que aquilo que pode ser usado para o bem pode igualmente ser empregado para o mal, citando exemplos nos quais o computador e a Internet têm sido utilizados como instrumentos em empreitadas criminosas (servindo, por exemplo, a movimentos ciberfascistas, cibernazistas, práticas racistas, pedófilas, invasão de sistemas por crackers²⁴, roubo de dados, fraudes e vandalismos eletrônicos).

A codificação por criptografia, antes considerada um instrumento para proteger a comunicação entre privados da injunção dos controladores on-line, agora virou paradoxalmente a razão de mais uma inquietação, também em nome de valores democráticos. [...] Agora se teme que as novas técnicas de

²⁴ “Cracker” é o termo usado para designar quem pratica a quebra (ou *cracking*) de um sistema de segurança, de forma ilegal e anti-ética. Este termo foi cunhado pelos *hackers*, como uma forma de auto-defesa e posicionamento contra o uso indifenciado do termo *hacker* para designar diversas práticas. Os *hackers* são indivíduos que elaboram e modificam softwares e hardwares de computadores, seja desenvolvendo funcionalidades novas, seja adaptando as antigas, ao contrário dos *crackers*, que possuem objetivos deletérios. O uso deste termo reflete a grande discordância dos *hackers* em relação às fraudes e vandalismos praticados pelo *cracking* (Fonte: Wikipédia).

criptografização permitam crime organizado, terroristas, traficantes de drogas e espões em escala internacional. Esta possibilidade levou à formação de uma coalizão de críticos da Internet que inclui desde feministas querendo banir materiais sexistas, até a polícia e agências do governo, temendo a comunicação criptografada por quadrilhas internacionais de terroristas ou espões, até companhias privadas desejosas de assegurar os *copyrights*, até tipos de conservadores dos valores familiares tentando proteger a moral social (BUCHSTEIN, 1997, p. 252 apud GOMES, 2005, p. 27).

3.1.12 Isolamento social e arrefecimento dos laços comunitários

Ao analisar as implicações sociais e políticas da Internet, alguns autores afirmam que este instrumento não produz nenhum efeito na interação social e participação cívica; para outro conjunto de teóricos, o uso da Internet tende apenas a intensificar inclinações e predisposições existentes para a sociabilidade ou o envolvimento comunitário, ao invés de criar novas (os denominados “*teóricos do reforço*”) [NORRIS, 2001]; já outro grupo de autores questiona o caráter qualitativo das relações on-line.

Neste sentido, outra implicação negativa da Internet alegada por teóricos cibercéticos é o fato de que a forma de comunicação on-line vem diminuindo a vida pública, por ocupar demasiadamente o tempo do indivíduo no ciberespaço, em detrimento dos contatos face-a-face.

DiMaggio et al. (2001) citam alguns estudos que indicam que outras interações sociais têm sido substituídas devido ao uso da Internet. Kraut et al. (1996, 1998 apud DIMAGGIO, 2001) procedendo a um estudo com famílias da área de Pitsburg que ganharam computadores e conexões da Internet durante dois anos, relataram que os mais altos níveis de uso da Internet eram inversamente proporcionais às interações sociais dos cibernautas, ou seja, eram associados ao declínio na comunicação com os membros da família, amigos, em círculos sociais e também ao aumento de solidão e depressão. Os autores inferiram que o uso maciço da Internet substituiu as interações sociais. Autores como Nie; Erbring, 2000; LaRose; Eastin; Gregg, 2001 (apud WELLMAN et al., 2001) referendam esses resultados.

Pesquisadores têm expressado particular preocupação com este dado que aponta que os usuários da Internet reduzem drasticamente o tempo devotado à vida, à interação social *off-line* e às outras mídias, em especial à imprensa escrita.

Lucien Sfez (1994, p. 75) critica a noção de interatividade, afirmando que, na medida em que a eletrônica e os dispositivos complexos ligam as pessoas ao emissor longínquo, estes “intermediários tecnológicos” proporcionam uma impressão de espontaneidade natural o que é, na verdade, uma ilusão, mascarando um processo solitário, autista e autoritário, o qual denomina de “tautismo”, contração de autismo e tautológico (p. 78).

Outro aspecto apontado é o fato da Internet funcionar como um instrumento “estressante”, que deprime e aliena as pessoas (KRAUT et al., 1998). Argumenta-se que as pessoas apresentam frequentemente tensão após longo tempo de uso do computador (LAROSE et al., 2001 apud DIMAGGIO et al., 2001). Esta frustração estaria ligada ao mau funcionamento de programas, que acarretam grande perda de tempo e um sentimento de fracasso por parte do usuário. Outros autores alegam que diversos usuários sentem sua privacidade invadida com muitos tipos de mensagem. A conectividade pode, ainda, possibilitar contatos desagradáveis e mensagens indesejadas, causando insatisfação.

Enfatiza-se, além disso, o fato de que a Internet suprime o limite casa/trabalho. A partir do surgimento das formas de comunicação mediadas pelo computador, as pessoas passaram a levar tarefas para casa e, conseqüentemente, dedicarem-se menos à sua família, amigos e outras atividades (NIE; ERBRING, 2000).

Para alguns autores, embora a Internet possibilite interações globais, mantém as pessoas em lugares fechados, presas às telas, negligenciando interações locais em casa e no bairro (NIE, 2001). Neste sentido,

[...] virtual technologies are pernicious when their simulacra of relationships are deployed society wide as substitutes for face-

to-face interactions, which are inherently richer than mediated interactions. Nowadays, the monosyllabic couch potato is joined by the information junkie in passive admiration of the little screen; this passivity is only refined and intensified by programmed 'interactivity' (BROOK; BROAL, 1995 apud DEAN, 2003, p. 98).

3.1.13 Corrosão do capital social

Consequência das asserções sobre o isolamento social e o arrefecimento dos laços comunitários, implicações negativas da Internet anteriormente abordadas, ao contrário dos ciberotimistas, os teóricos desta segunda onda são céticos no que se refere à contribuição da Internet para o capital social.

Tal pressuposto se baseia principalmente no argumento de que os usuários da Internet substituem os contatos sociais por atividades on-line. São enfatizadas, neste sentido, as diferenças qualitativas entre a interação mediada e a interação face-a-face. Para Putnam, por exemplo, a Internet não cria uma verdadeira comunidade, pois as interações on-line são inferiores, em termos qualitativos, às face-a-face e até mesmo às telefônicas (PUTNAM, 2000, p. 177). O mesmo autor, analisando dados do *DDB Needham Lifestyle Survey*, afirma que, na melhor das hipóteses, os usuários da Internet eram indistinguíveis dos não-usuários em termos de nível cívico.

Outro aspecto ressaltado é que, comumente, não se utiliza a Internet de forma social, e tampouco para fins políticos. Ao contrário, grande parte da atividade na Web é orientada pela busca de recreações solitárias.

Por tais motivos é que diversos autores argumentarão que a Internet diminui o capital social, pois, em termos gerais, o uso da Internet não se faz acompanhar por contatos interpessoais off-line, participação organizacional e política e compromisso com a comunidade local. DiMaggio et al. relatam alguns estudos que buscaram comprovar empiricamente que a Internet "induz à anomia e corrói o capital social" por enclausurar os usuários num mundo artificial (DIMAGGIO et al., 2001, pg. 319).

3.1.14 Baixa qualidade das informações online

Os teóricos céticos, embora reconheçam o volume de informações disponível na rede, questionam sua *qualidade*. Resenhando os principais tópicos sobre a origem e a natureza destas informações, Gomes (2005, p. 20) aponta distintas fontes: 1) as indústrias da informação, “que transferiram também para a Internet a sua oferta ao mercado de notícias”; 2) instituições e organismos da sociedade civil, “que produzem dados e análises de fatos políticos, sérios e consistentes, mas naturalmente restritos ao interesse, viés e foco da instituição”; 3) agentes do campo político, em geral com peças da política de imagem, “intervenções que funcionam como lances na tentativa de imposição da imagem pública predominante do grupo político e dos seus adversários. Um tipo de informação que, por isso mesmo, é de baixa qualidade para uma formação adequada da opinião pública”, cuja maior parte tem como fonte indivíduos privados com interesse político e 4) por fim, o Estado, sobre o qual

[...] repousavam muitas das expectativas sobre o potencial de transparência da rede, pois se esperava que processos, arquivos e bancos de dados relativos às decisões que afetam a coisa pública fossem abertos ao olhar público através da rede. Ora, o fato é que os estados são ainda quase completamente parcimônia informativa e reserva de informação. A sua comunicação on-line com o público é ainda majoritariamente a produção de materiais destinados a produzir, unidirecionalmente, opinião pública favorável ou, no melhor dos casos, a prestação de informações básicas sobre o funcionamento do Estado (GOMES, 2005, p. 21).

Portanto, de acordo com argumentos deste tipo, a informação on-line reproduz os problemas que dizem respeito à seleção, credibilidade, relevância e confiabilidade, características atribuídas e tão criticadas em relação às mídias de massa.

Para autores desta segunda onda, o impacto da Internet na política é negativo, visto que se verifica no ciberespaço um verdadeiro campo de batalha eletrônico.

3.1.15 A Internet não substituiu os meios de comunicação de massa

A Internet, de acordo com Coombs e Curtbirth (1998 apud GOMES, 2005b, p. 24) não ameaçou os meios de comunicação de massa, que continuam sendo os fornecedores prioritários de informação política. Ao contrário, a rede eletrônica representou uma oportunidade às indústrias de informação, que a utilizam enquanto “uma espécie de sócia digital”.

O seu poder como fonte alternativa, capaz de revitalizar o processo democrático, manteve-se, então, pouco significativo e a sua presença demonstrou-se ainda muito pouco construtiva de uma alteração no panorama político (Wilhelm, 2000). A comunicação política com capacidade de atingir públicos de massa e produzir efeito sobre o domínio público e sobre a esfera política continua sendo aquela produzida e distribuída pelos meios de massa, com todos os limites que isso, em princípio, comportaria (GOMES, 2005b, p. 24).

Para Gomes (2005b, p. 24) tal constatação causou uma frustração, pois esperava-se que a Internet “modificasse o panorama da comunicação política, superando os déficits democráticos da comunicação de massa e, naturalmente, a própria influência destes como controladores da esfera de visibilidade pública”.

Embasando-se nestas implicações negativas da Internet, diversos autores rotulados como ciberpessimistas avaliam como “ilusória” a proposição de desenvolvimento de uma “ciberdemocracia”. Portanto, de acordo com as visões mais céticas, não se pode esperar que a Internet alcance os grandes objetivos democráticos que seus apoiadores têm atribuído a ela.

4. Para além do determinismo tecnológico: avaliando o meio, os usos e o contexto

Ao analisar a produção especializada sobre Internet e Política é possível perceber que grande parte desta literatura é marcada por uma forte concepção de *determinismo tecnológico*. O termo “determinismo tecnológico” foi cunhado por Thorstein Veblen e “se trata de um esquema lógico no qual aposta-se que um artefato, uma tecnologia, um meio, sempre condiciona os modos de percepção, de cognição e, enfim, de comunicação de uma dada pessoa e/ou cultura” (PEREIRA, 2001, p. 4). Enfatiza Dagnino (2006, p.54) que o determinismo tecnológico “se apoia na hipótese de que as tecnologias têm uma lógica funcional autônoma que pode ser explicada sem referência à sociedade” .

Em grande parte da literatura sobre ciberdemocracia ou democracia digital é comum enfatizar-se exageradamente as dimensões tecnológicas e associar-se o potencial das novas tecnologias com a revitalização de instituições e práticas democráticas. No entanto, essas análises resvalam com frequência em velhas concepções deterministas, que pressupõem que as transformações no campo da técnica condicionam imediatamente transformações mais amplas no conjunto da sociedade. O determinismo tecnológico configura-se como uma armadilha teórica que deve ser evitada para que se realize uma análise coerente a respeito da relação entre Internet e Política. No entanto, de acordo com John Street (1997), os proponentes da ciberdemocracia e seus críticos parecem muito vulneráveis a ela.

A visão de determinismo não marca apenas a reflexão sobre a Internet, mas as inovações tecnológicas em geral. Como enfatiza Andrade (2005, p. 155), “desde os seus primórdios, as ciências sociais têm se ocupado da questão tecnológica. Em alguns momentos acentuando uma perspectiva otimista de aceleração tecnológica conectada ao crescimento econômico, em outros, chamando atenção para o panorama de incerteza e indeterminação que cerca os sistemas técnicos e a realidade social” .

Schaff (1990) chama atenção para o fato de que as conquistas no campo da microeletrônica, que levaram à popularização dos computadores pessoais, foram vistas por alguns autores como constitutivas de uma nova sociedade, denominada “sociedade informática”.

Conseqüentemente à noção determinista, os problemas da democracia são interpretados como meramente de ordem prática, podendo, portanto, serem resolvidos pela aplicação da tecnologia. “Se os problemas da democracia forem apenas práticos, então a tecnologia pode resolvê-los. Mas se eles não forem, a tecnologia os reproduzirá de uma maneira diferente” (STREET, 1997, p. 34).

Na mesma direção de Street (1997), defendemos que o debate sobre a democracia eletrônica e a ciberdemocracia deve evitar o idealismo teórico e o determinismo tecnológico e reconhecer a interação complexa da política com a técnica e levar em consideração a questão da cultura. “The same technology has a different meaning and different effects according to its place in space and time. The culture in which it is embedded also constitutes it (STREET, 1997, p. 35).

De acordo com Latour (1992 apud ANDRADE, 2005, p. 149), “o social e o técnico possuem uma recorrência mútua que o pensamento técnico tradicional não foi capaz de identificar” e tais análises exógenas e excludentes entre fatores sociais e técnicos conduzem a relações arbitrárias e determinísticas (ANDRADE, 2006, p. 158).

Partimos do pressuposto de que o aparato tecnológico não é “causa” da mudança social, mas fonte potencializadora (ORTIZ, 2000, p. 68), pois a tecnologia está inserida em contextos sociais que podem fazer seus vários potenciais não realizáveis. Os recursos tecnológicos, por si só, não podem frustrar nem realizar promessas de efeitos sociais e políticos, visto que são instrumentos à disposição de agentes sociais.

Concordamos com Maia (2002, p. 56) no sentido de que “a tecnologia não determina a interação nem garante a crítica ou a reflexão, ou

seja, a simples promoção de espaços tecnológicos de interação não garante a necessária negociação entre os atores ou a reflexão por parte dos receptores”. Entender, portanto, a participação política apenas como uma questão de acesso físico individual à tecnologia é equivocado.

Ademais, a Internet, seus aparatos, sistemas e agentes tanto podem servir à democracia quanto ao seu contrário. Como enfatiza Harto (2006, p. 32) “las posibilidades de las TIC son enormes para potenciar la libertad y la participación de los ciudadanos así como para el reforzamiento del Leviatán. De la sociedad civil depende que su uso se oriente en uno u otro sentido”. É neste sentido que Blumler e Gurevitch (1995, p. 98) discutem que os meios de comunicação somente fomentarão valores democráticos se estes forem compatíveis com o ambiente sócio-político no qual operam.

Corroboramos a visão de Bohman (2004, p. 131) de que ambas as posições, ciberotimista e ciberpessimista, sofrem de claros problemas conceituais, pois os ciberotimistas adotam como posição indefectível que a tecnologia é, por si só, constitutiva de novas possibilidades. Os pessimistas cometem o erro oposto ao preterirem as potencialidades da Internet e até mesmo adotar uma posição por vezes tecnofóbica. O equívoco pode ser resumido nas posições extremas e antagônicas de ambos os campos que, por vezes, resvalam para o imponderável: os ciberotimistas, muitas vezes, assumem posições hiper-idealistas e abdicam aos fatos; os cibercéticos são hiper-realistas e renegam os ideais.

Como enfatizam Padró-Solanet e Cardenal (2008, p. 48), o ciberotimismo anda de mãos dadas com a ciberdecepção. Para Gomes (2005, p. 26), “a mudança do ambiente da comunicação não reconfigura automaticamente o ambiente político nem as convicções que o acompanham”. Na mesma direção, Maia afirma:

É preciso levar em consideração que, para fortalecer a democracia, são necessárias não *apenas* estruturas comunicacionais eficientes, ou instituições propícias à participação, mas também devem estar presentes a motivação correta, o interesse e a disponibilidade dos próprios cidadãos para se engajar em debates (MAIA, 2002, p. 2).

A Internet tem o potencial para ampliar o volume de informação disponível aos cidadãos; no entanto, este maior acesso à informação não gera, necessariamente, cidadãos mais informados, ou amplia a atividade política. Embora o acesso à informação seja uma ferramenta útil, o potencial democratizador da Internet depende de fatores adicionais (PAPACHARISSI, 2002, p. 15).

Complementar a esta visão está a afirmação de Scheufele e Nisbet (2002, p. 62) no sentido de que, embora a Internet propicie abundância de escolhas, isto não significa que os cidadãos utilizarão a rede eletrônica para a discussão política. Ainda que a informação política on-line fosse abundante e qualificada, para analisar seus efeitos sobre práticas políticas não se pode desvinculá-la da cultura política predominante (GOMES, 2005, p. 24). Neste caso,

[...] há de se considerar que à oferta de informação política deve corresponder a existência de um real e significativo interesse político na esfera civil. [...] Temos poucos indícios empíricos de haver suficiente vontade e interesse no jogo político, no processo político e no estado dos negócios públicos para superar o senso de apatia predominante na cultura política contemporânea. E é difícil imaginar que apenas a mudança do meio de informação e de envolvimento político possa alterar a cultura política predominante (GOMES, 2005, p. 24).

Autores como McChesney (1995) concluem que a Internet e as novas tecnologias se adaptarão à cultura política presente em lugar de criar uma nova, sem as deficiências da precedente:

[...] bulletin boards, and the information highway more generally, do not have the power to produce political culture when it does not exist in the society at large [...] given the dominant patterns of global capitalism, it is far more likely that the Internet and the new technologies will adapt themselves to the existing political culture rather than create a new one (MCCHESENEY, 1995, p. 13).

Na mesma linha de argumentação, Hill e Hughes (1988) afirmam que as pessoas moldarão a Internet para ajustá-la às políticas tradicionais.

Neste sentido, “the Internet itself will not be a historical light switch that turns on some fundamentally new age of political participation and grassroots democracy” (HILL; HUGHES, 1988, p. 186). Entende-se que “a Internet funciona como um espaço com a capacidade de facilitar, mas não determinar, uma renovação da esfera pública”, na qual

[...] há uma extensão nos canais de comunicação a partir do advento do ciberespaço, sem, entretanto, poder ser constatada uma modificação substancial quanto à comunicação política em si. [...] As redes digitais demonstram, em muitos momentos, serem apropriadas pela política tradicional, em vez de revolucionar suas estruturas (PAPACHARISSI, 2002 apud MARQUES, 2006, p. 179).

Percebe-se, portanto, que diversos autores enfatizam que as restrições e déficits democráticos não podem ser resolvidos com a simples aplicação da tecnologia, pois eles não são meramente técnicos e práticos (MCLEAN, 1989, p. 31). A criação de uma nova ordem democrática e as deficiências da democracia representativa não podem ser resolvidas pelo expediente da Internet e do computador.

Ao analisar a produção especializada sobre Internet e Política é possível notar que vem se consolidando uma terceira onda teórica que busca relativizar as concepções entusiásticas, determinísticas e tecnofóbicas para realizar uma avaliação mais atenta das implicações da Internet no contexto político e social no qual está inserida a Nova Tecnologia de Comunicação e Informação.

E é neste sentido que a presente investigação tem por objetivo analisar o uso da Internet em processos eleitorais para além da dicotomia estabelecida entre cétricos e otimistas. Busca-se, nesta pesquisa, uma abordagem a fim de perscrutar com maior precisão a forma como a Internet vem sendo utilizada nos processos eleitorais pelos agentes políticos e apropriada pelos cidadãos, suas possibilidades e limites.

CAPÍTULO IV

**EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS NO
PLEITO PRESIDENCIAL DA
ARGENTINA EM 2007**

Capítulo IV

EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS NO PLEITO PRESIDENCIAL DA ARGENTINA EM 2007

O pleito eleitoral argentino de 2007 abrigou a primeira experiência de uma interface de programa de governo colaborativo online que se teve conhecimento no Cone Sul. A iniciativa, ainda bastante precária, foi desenvolvida no *website* eleitoral do presidenciável peronista anti-Kirchner Alberto Rodríguez Saá. Apesar de seu pioneirismo, tornou-se evidente a incompreensão por parte de sua candidatura quanto à utilização da lógica 2.0 da Web.

No que tange a referenciais de experiências interativas em campanhas eleitorais, vale ressaltar que o exemplo paradigmático de uso da Internet na campanha de Barack Obama vem a ocorrer somente em 2008; contudo, no início daquele mesmo ano das eleições argentinas (2007) ocorreram as campanhas presidenciais francesas de Ségolène Royal e Sarkozy, que fizeram uso inovador de algumas ferramentas interativas da Internet. No caso de Ségolène Royal, desde fevereiro de 2006, por meio de seu site *Désirs d'avenir*, os militantes e simpatizantes socialistas vinham participando ativamente de espaços de discussão (MONTERO, 2009). Após um ano do início dos debates online, em fevereiro de 2007, o programa eleitoral de Royal “Uma França mais justa será uma França mais forte” apresentou as

conclusões dos mais de 6.000 debates participativos online, que se organizaram a partir de eixos temáticos e foram dirigidos pela própria candidata juntamente com outros dirigentes, que recolham as sugestões e se encarregavam de incorporá-las ao programa geral:

Este programa se presentó como un pacto de honor, un pacto presidencial para todos, una "obra colectiva" creada por la participación ciudadana, lo que le permitió a Royal añadir que, si llegara a ser Presidente de la República, la política no se haría nunca más sin los ciudadanos (MONTERO, 2009, p. 29).

Portanto, não se pode afirmar se a iniciativa do candidato argentino Rodríguez Saá de recolher propostas de governo por meio de seu *website* teve ou não como fonte de inspiração a campanha francesa de Royal²⁵. Além da experiência francesa, Gibson (2008) relata que em 2007 o democrata liberal Steve Webb utilizou o Facebook para levantar a opinião dos eleitores sobre seu manifesto. Também foram desenvolvidos os fóruns de discussão online "*Labour's Let's Talk*" e "*Have Your Say*", dedicados à consulta política dos membros do Partido Democrata.

Antes de adentrarmos na análise do fórum de discussão de propostas de governo da campanha de Saá, é salutar caracterizarmos o país, compreendermos o público da Internet na Argentina, bem como o contexto eleitoral de 2007.

Iniciando por uma breve caracterização do país, a Argentina trata-se de um país com 40,6 milhões de habitantes, PIB de US\$ 262,3 milhões e extensão territorial de 2.766.889 km² (*Indicators on Population, United Nations Statistics Division* apud Silva e Vieira, 2010)²⁶. Em relação às estatísticas de acesso à Internet no país, vejamos.

²⁵ Intentamos entrevistar os chefes da equipe de campanha do candidato Rodríguez Saá via Internet, mas não logramos êxito.

²⁶ Dados oriundos da *United Nations Statistics Division, Demographic and Social Statistics*, citados por Silva e Vieira (2010).

1. Acesso à Internet e perfil político do internauta argentino

Neste tópico analisaremos o acesso à Internet na Argentina e o perfil político dos internautas, tomando por base os indicadores de acesso no ano do pleito em questão (2007). Utilizaremos, para tanto, fontes de dados secundárias: os indicadores *Internet World Stats* e os dados do *Informe Latinobarómetro* onda de 2007, analisados por Schlegel (2009). Os *surveys* Latinobarómetro são desenhados para avaliar atitudes e valores políticos de cidadãos de países latino-americanos e, a partir de 2000, passaram a incluir nos seus questionários perguntas sobre o acesso à Internet.

Os dados do *Internet World Stats* dão conta de que em 2007 a taxa argentina de acesso à Internet foi de 39,3%, consideravelmente acima da média latino-americana (24,2%) e da média mundial (21,9%) e mais próxima da média europeia (48,5%).

Inicialmente buscamos identificar os fatores sócio-demográficos, políticos e relacionados ao uso da mídia tradicional que podem favorecer o acesso à Internet na Argentina, bem como o perfil do internauta argentino em termos de participação e atitudes políticas. Foi utilizada como variável dependente o uso regular da Internet, que na pesquisa do Latinobarómetro apresentou as frequências descritas na tabela 5.

Tabela 5. Uso regular da Internet (frequência em %) na Argentina

Usa diariamente ou ocasionalmente	43,3
Nunca usou ou quase nunca usa	56,7

Fonte: Latinobarómetro, 2007 apud Schlegel, 2009

Na análise inferencial, foram utilizadas regressões logísticas múltiplas, modalidade mais adequada para tratar uma variável dependente que se apresenta como binária (0 ou 1). Para avaliar o acesso à Internet em cada país estudado nesta tese (Argentina, Chile e Brasil, conforme será

apresentado também nos próximos capítulos), utilizamos três modelos de regressão: o primeiro é composto por quesitos sócio-demográficos como variáveis independentes; o segundo inclui variáveis políticas (interesse declarado pela política e participação em entidades e associações secundárias) e o terceiro abrange o uso da mídia tradicional, isto é, exposição intensiva (mais de 5 vezes por semana) a noticiários de TV, jornal ou rádio.

Analisando os *determinantes do acesso à Internet na Argentina*, os dados do Latinobarómetro (2007 apud SCHLEGEL, 2009) dão conta de que idade, escolaridade, local de moradia e interesse por política apresentam significância estatística. Também mostram influência consistente no caso argentino a renda e a ocupação (que não possuem significância no caso brasileiro, conforme será discutido no Capítulo VI). Portanto, aqueles que declaram estar nos degraus mais elevados da riqueza (renda alta) possuem 2,2 vezes mais chance de ter acesso à Internet em comparação àqueles localizados nos patamares mais baixos.

Tabela 6. Regressão logística - Argentina - Uso regular da Internet

	Modelo 1 (só sócio-demográficas)		Modelo 2 (com variáveis políticas)		Modelo 3 (com mídia tradicional)	
	Razão de chance	<i>p</i>	Razão de chance	<i>p</i>	Razão de chance	<i>p</i>
Idade (ref.: de 18 a 25 anos)						
De 26 a 35	0,483	0,004	0,452	0,002	0,445	0,003
De 36 a 45	0,411	0,001	0,340	0,000	0,324	0,000
De 46 a 55	0,255	0,000	0,188	0,000	0,148	0,000
Mais de 55	0,098	0,000	0,067	0,000	0,046	0,000
Mulher	0,998	0,990	1,210	0,297	1,417	0,077
Escolaridade (ref.: 1 ^ª inc.)						
1 ^ª completo	0,570	0,230	0,545	0,203	0,560	0,255
2 ^ª incompleto	2,721	0,017	2,212	0,063	2,243	0,077
2 ^ª completo	4,745	0,000	4,006	0,001	4,079	0,002
Sup. incompleto ou mais	17,803	0,000	13,195	0,000	10,956	0,000

Renda (ref.: baixa)						
Média	1,799	0,006	1,820	0,007	2,011	0,004
Alta	2,249	0,000	2,138	0,001	2,131	0,002
Ocupação (ref.: manuais)						
Donos, liberais e gerenciais	1,349	0,218	1,342	0,237	1,298	0,322
Estudantes	1,676	0,234	1,802	0,176	1,851	0,162
Não-PEA	0,419	0,000	0,437	0,000	0,420	0,000
Etnia (ref.: indígena/mestiço)						
Branco	1,317	0,176	1,326	0,175	1,258	0,300
Outros (inclui negro/mulato)	1,278	0,529	1,095	0,822	1,044	0,922
Cidade (ref.: até 20 mil habitantes)						
Mais de 20 mil a 100 mil	1,232	0,504	1,173	0,619	1,196	0,591
Mais de 100 mil	2,426	0,001	2,679	0,000	2,507	0,001
Interesse por política			1,684	0,006	1,633	0,015
Associativismo						
Partido			1,353	0,200	1,434	0,145
Sindicato			1,957	0,016	2,152	0,010
Igreja			0,957	0,822	0,941	0,765
Grupo esportivo/lazer/cultural			1,411	0,074	1,504	0,044
Mídia (5 ou + vezes/semana)						
Vê notícias na TV					0,715	0,093
Lê jornal					2,190	0,002
Ouve notícias no rádio					1,542	0,022
Constante	0,213	0,002	0,168	0,000	0,156	0,001
N		1.107		1.101		1.004
	r² Negelker k 0,534	Teste H&L 0,389	r² Negelker k 0,555	Teste H&L 0,233	r² Negelker k 0,573	Teste H&L 0,294

Nota: Negrito destaca significância até $p \leq 0,05$

Fonte: Latinobarómetro, 2007 apud Schlegel, 2009

No caso da ocupação, o que faz diferença é a condição de aposentado, dona-de-casa ou desempregado: argentinos definidos como não-PEA, ou seja, fora da População Economicamente Ativa, têm menos chance de

serem usuários de Internet do que empregados manuais. Tal dado é esclarecedor quanto ao fato de que, dos quatorze presidenciáveis argentinos no pleito de 2007, o único que não fez uso da Internet para cibercampanha foi Raúl Castells, candidato oriundo dos movimentos sociais de aposentados e desempregados, liderança do *Movimiento Independiente de Jubilados y Desocupados* (MIJD) (IASULAITIS, 2008).

No quesito associativismo, na Argentina são os sindicatos que favorecem a conexão à Internet, eventualmente por disponibilizarem pontos de acesso aos associados. No que tange à mídia, tanto a exposição a jornais quanto a notícias no rádio foram determinantes com significância (SCHLEGEL, 2009).

Após tal caracterização, analisamos se e como os internautas argentinos diferenciam-se do restante da população em termos de *participação política tradicional*. Esta investigação é especialmente importante para avaliarmos se a Internet dá voz a quem já dispõe de meios de participar pelos canais tradicionais.

Como se verifica na tabela 8, na Argentina (bem como no Chile e no Brasil, conforme veremos nos próximos capítulos), o usuário da Internet apresenta-se como um tipo de cidadão mais participativo do que o restante da população (SCHLEGEL, 2009). Questionado sobre as três formas de participação disponíveis no questionário do Latinobarómetro, o grupo que usa regularmente a Internet respondeu mais afirmativamente a cada um dos quesitos do que os não-usuários.

Tabela 7. Comparação de médias - Argentina - Uso regular da Internet x Participação

	Usa a internet regularmente (i)	Nunca usou ou quase nunca (ii)	Diferença (i - ii) (com teste t)
Assinou abaixo-assinado	0,360	0,201	+ 0,159 ¹
Tomou parte em manifestação autorizada	0,268	0,115	+ 0,153 ¹
Fez protesto sem autorização	0,170	0,051	+ 0,118 ¹

Nota: Significância até $p \leq 0,001$

Fonte: Latinobarómetro, 2007 apud Schelegel, 2009

Ao avaliar as *opiniões do internauta argentino*, o intuito foi identificar eventuais diferenças de opinião entre a comunidade *online* e o restante da população. Também neste caso Schlegel (2009) utilizou o teste de diferença de médias, como forma de deixar que diferenças no perfil sócio-demográfico de usuários e não-usuários se expressassem.

Neste quesito, os dados demonstram que os internautas argentinos são mais democratas e confiam menos no governo, na Igreja e nas Forças Armadas, e também são mais tolerantes com o aborto em comparação à população não usuária da Internet. Nos demais quesitos, conectados e não conectados não apresentaram diferença de atitudes com significância estatística.

Tabela 8. Análise de Médias - Argentina - Uso regular da Internet x Atitudes

	Usa a internet regularmente (i)	Não usa ou quase nunca (ii)	Diferença (i – ii) (com teste t)
Democracia é melhor forma de governo	0,738	0,581	+ 0,158²
Confiança no governo	0,309	0,379	- 0,071¹
Confiança no Congresso	0,216	0,258	- 0,042
Confiança no Judiciário	0,256	0,218	+ 0,038
Confiança nas Forças Armadas	0,365	0,447	- 0,082¹
Confiança nas empresas privadas	0,389	0,347	+ 0,042
Estado deve resolver maioria dos problemas	0,474	0,470	+ 0,004
As privatizações foram benéficas para o país	0,218	0,187	+ 0,031
Confiança na Igreja	0,593	0,671	- 0,078¹
Aborto nunca é justificável	0,454	0,598	- 0,144²
Distribuição de renda é muito injusta no país	0,329	0,302	+ 0,027
Medo de ser vítima de crime todo o tempo	0,369	0,368	- 0,001

Notas: Significância até $p \leq 0,05$

Significância até $p \leq 0,001$

Fonte: Latinobarómetro, 2007 apud Schelegel, 2009

Em termos de acesso, analisando os valores do r^2 de Negelkerke, que ficou na faixa de 55% na Argentina, Schlegel (2009) conclui que “o cabedal do indivíduo em termos socioeconômicos e demográficos continua sendo decisivo como determinante para o acesso”. No que tange às atitudes,

houve pouca diferenciação entre conectados e não-conectados, com raras divergências consistentes: “O internauta argentino apresentou perfil mais próximo do cidadão crítico, descrito por Norris (1999): alguém que preza a democracia, mas avalia com severidade as instituições” (SCHLEGEL, 2009, p. 154).

2. Contextualização do pleito presidencial de 2007

No pleito presidencial de 2007 verificou-se uma ampla fragmentação da oposição, que resultou numa disputa com 13 postulantes à presidência contra a candidata situacionista Cristina Kirchner, totalizando, portanto, 14 candidaturas presidenciais.

Esta eleição teve um significado especial para o sistema de partidos, os quais foram marcados por divisões internas e diferentes candidaturas de uma mesma agremiação, bem como alianças inéditas entre peronistas (Partido Justicialista) e radicais (União Cívica Radical), partidos que, historicamente, conformaram a polarização política argentina.

Para compreender o processo de fragmentação partidária constatado na disputa presidencial argentina de 2007, as alianças eleitorais não convencionais firmadas neste pleito, bem como a existência de duas candidaturas do PJ (Cristina Fernandez Kirchner e Alberto Rodríguez Saá), é necessário que se realize uma abordagem política retrospectiva.

O sistema partidário argentino foi marcado, sobretudo, por uma polarização entre peronismo e radicalismo, forças partidárias que dominaram por longa data a política nacional. Trata-se de um sistema que foi historicamente classificado entre bipartidário e moderadamente multipartidário, pois além dos dois partidos dominantes, PJ e UCR, havia representação de pequenas agremiações (MUSTAPIC, 2002).

Este quadro político-partidário evidenciava que a representação fundamentava-se em uma forte relação de confiança entre o eleitorado e os

partidos políticos, momento em que se verificavam altos níveis de fidelidade e identificação partidária, fatores que influenciavam sobremaneira o comportamento político-eleitoral.

Este cenário se altera em 1994, quando é formada a FREPASO, por meio de lideranças carismáticas, cujos principais quadros eram oriundos principalmente da esquerda peronista e de partidos de centro. O sistema polarizado entre a União Cívica Radical e o Partido Justicialista alterou-se profundamente. A UCR foi gradativamente perdendo força e o PJ passou por um amplo processo de fragmentação.

De acordo com analistas, o radicalismo foi desacreditado, essencialmente, pelo desempenho econômico desastroso do governo de Alfonsín e pelo apoio do partido ao Pacto de Olivos (um acordo realizado com o então presidente peronista Carlos Menem para que se viabilizasse uma reforma constitucional que, além de outras mudanças, permitisse dois mandatos presidenciais consecutivos).

Do ponto de vista do comportamento eleitoral, com o pífio desempenho dos Radicais, o voto anti-peronista de classe média se fragmentou. Em centros urbanos, como a Capital Federal, os votos da classe média migraram para a Frente Grande (que se tornou FREPASO posteriormente). No interior, os votos da classe média migraram para uma gama de partidos provincianos. O resultado foi, portanto, uma oposição peronista fraca e dividida, que se percebia incapaz de suplantar o poder do PJ e, particularmente, de Menem (LEVITSKY, 2000).

O segundo mandato de Menem foi marcado por um alto nível de descontentamento social, que provocou o reagrupamento de setores da oposição. Deste modo, em 1997 uma Aliança entre Frepaso e UCR é formada. A *Alianza* era um ator político novo cuja intenção era tornar-se uma real alternativa ao poder com tendência hegemônica do Partido Justicialista. A Aliança obtém imediato êxito nas eleições legislativas de 1997. Os desdobramentos dessa Aliança e os discursos políticos oriundos deste movimento possibilitaram a eleição de Fernando De La Rúa, liderança da UCR,

em 1999 com 48,5% dos votos. A criação da *Alianza* significou, portanto, o fim de um longo processo de declínio eleitoral do Partido Radical, a formação do primeiro governo de coalizão da história democrática moderna da Argentina e a alternância de poder após dez anos de hegemonia da administração Menem (1989-1999) (TEDESCO, 2001).

Durante seu governo, De La Rúa centra o seu discurso em bandeiras como a estabilidade econômica, o controle sobre a corrupção e a reconstrução das instituições. Apesar das expectativas depositadas neste governo, a Argentina mergulha numa crise política, social e econômica sem precedentes em 2001. Neste período, Fernando de La Rúa decreta o confisco de depósitos bancários, o que gera uma crise institucional e com ela a saída do modelo de convertibilidade (CUCHETTI, 2007).

A crise socioeconômica produz níveis sem precedentes de exclusão social. A Agência Nacional de Estatísticas e Censo divulgou uma pesquisa em 2001, apontando que mais da metade da população estava abaixo da linha da pobreza (LUCHESSI, 2008). Deste modo, em dezembro de 2001 manifestações violentas estouraram nas principais cidades. A sociedade argentina rebelou-se fortemente contra sua classe política e sob a bandeira de *que se vayan todos* a população foi às ruas protestar (HOCHSTETLER; FRIEDMAN, 2008; CARRIZO, 2006). Toda a classe política foi fortemente rechaçada, o que se traduziu em panelaços, marchas e manifestações.

Os partidos políticos caíram em descrédito coletivo. À época, uma pesquisa realizada pelo PNUD na Argentina demonstrou que os partidos políticos ocupavam o último lugar da confiança pública nas instituições: 94% das pessoas entrevistadas manifestavam ter pouca ou nenhuma confiança nos partidos políticos. Havia-se chegado, assim, ao ponto mais baixo do prestígio social dos partidos políticos (PNUD apud MOCCA, 2005).

Nas eleições legislativas de 2001 o descontentamento se expressou através de uma alta porcentagem de votos nulos e brancos, batizado de “voto bronca”. Um de cada quatro dos mais de 4,5 milhões de cidadãos que compareceram às urnas votou em branco ou anulou deliberadamente seu voto

(MOCCA, 2005). Neste sufrágio a *Alianza* experimentou uma dramática queda de votos e apoios eleitorais. “O voto branco e nulo foram os principais ganhadores” (ESCOLAR; CALVO; CALCAGNO; MINVIELLE, 2002, p. 28).

Verifica-se, neste período, um grande hiato entre cidadãos e elites políticas. No entanto, “el profundo malestar de los argentinos com la política y las prácticas políticas [...], que los europeos han dado em llamar desafección democrática”, ou seja, um sentimento de desconfiança com a política e as instituições, não se traduz em um questionamento massivo do sistema democrático em si. As pesquisas realizadas durante os dias de agitação política permitiram comprovar que a aprovação da democracia aumentou de 58% registrado no início de 2001 para 65% em 2002 (PNUD 2002 apud MUSTAPIC, 2002, p. 164).

Neste mesmo ano o Latinobarómetro (2002) divulgou que cerca de 65% dos argentinos proclamava apoio à democracia, um dos níveis mais altos da América Latina. No entanto, o grau de satisfação com o desempenho da democracia mostrou-se extremamente baixo: somente 8% declarou-se satisfeito.

É neste cenário de turbulência que, ao final de 2001, De La Rúa é forçado a renunciar mediante aos fortes protestos populares, inaugurando um período de extrema turbulência institucional, com a assunção e queda de cinco presidentes. Com isso, iniciou-se um ciclo de parlamentarização da dinâmica presidencial argentina (SCHAMIS, 2002 apud CARRIZO, 2006), com dois presidentes advindos do Legislativo: Adolfo Rodríguez Saá (ex-governador da Província de San Luis pelo PJ) e Eduardo Duhalde (ex-governador da Província de Buenos Aires também pelo PJ). Esse período de intensa crise culmina no governo de Eduardo Duhalde (2002-2003), presidente que cumpriu o papel institucional de garantir certa estabilidade política para a realização das eleições de 2003.

A referida crise acarretou uma falta de projetos políticos polarizadores, tanto do governo quanto da oposição, e fez com que os diferentes agrupamentos políticos se fragmentassem em diversas alternativas

de poder nas eleições legislativas de 2001, provocando o surgimento de novas forças políticas (Acción por la República, Nueva Dirigencia, ARI, Autodeterminación y Libertad, Recrear), delineando “un sistema personalizado y fluctuante para el ordenamiento de la competencia electoral” (MAURO, 2007, p. 4).

Em 2003, sofrendo grande pressão, Duhalde convocou as eleições presidenciais. O cenário se estruturou em torno de quatro personalidades competitivas, com disputas transversais dentro dos próprios partidos. Destacase que as referidas personalidades realizaram as suas campanhas com um forte apelo personalista e moralista, colocando o tema da corrupção no centro do debate e buscando se distanciar do passado recente da política, que conduziu a Argentina à crise de 2001 (MAURO, 2007).

De acordo com a avaliação de Mocca (2005, p. 53), neste período eleitoral evidenciam-se fortes mudanças no que se refere aos partidos políticos:

[...] um quadro de acentuada fragmentação e incerteza, junto com uma marcada personalização da oferta, em detrimento do lugar central que os partidos políticos haviam ocupado nessa matéria desde 1983. Isidoro Cheresky caracterizou essa cena como de predomínio das ‘lideranças de popularidade’. O radicalismo já não fazia parte das opções eleitorais centrais. Seu lugar foi ocupado por dois candidatos surgidos de suas filias: Ricardo López Murphy e Elisa Carrió, à frente de seus respectivos novos agrupamentos de centro-direita e centro-esquerda. A eleição presidencial de abril de 2003 foi, na prática, uma disputa entre figuras, coalizões e agrupamentos criados para sustentar candidaturas circunstanciais, mais que uma competição entre partidos políticos.

É neste pleito de 2003 que, pela primeira vez, o partido peronista aparece dividido, sem uma candidatura oficial, pois o PJ não logrou resolver as divisões partidárias internas antes das eleições. Assim, três candidatos justicialistas (Menem, Rodríguez Saá e Kirchner) disputam a presidência em frentes distintas: *Frente por la Lealtad*, *Frente para la Victoria* e *Frente Movimiento Popular*. Tal fato deu um caráter de uma espécie de prévias internas abertas do peronismo a este pleito.

Na eleição presidencial de 2003, a UCR obteve pouco mais de 3% dos votos. Já os candidatos mais votados foram o ex-presidente Carlos Menem e o então governador da província de Santa Cruz, Néstor Kirchner, ambos do Partido Justicialista. Devido ao fato de que nenhum candidato obteve a maioria dos votos, foi convocado segundo turno, conforme o estipulado pela lei eleitoral. No entanto, o clima social hostil à figura do ex-presidente Menem fez com que este não se apresentasse ao segundo turno, prevendo uma derrota. Desta feita, Néstor Kirchner foi eleito presidente com apenas 22% dos sufrágios, o menor número de votos na história democrática do país (CUCHETTI, 2007).

Néstor Kirchner buscou se diferenciar de Menem e realizar uma gestão governamental de perfil progressista, na qual havia uma confluência de ideias básicas “de cunho nacionalista e neo-desenvolvimentista keynesiano, combinados com altas doses de pragmatismo” (BOSOER, 2007).

Do ponto de vista econômico, Néstor Kirchner liderou o período de maior crescimento da economia argentina das últimas décadas. Os indicadores econômicos melhoraram: quatro anos consecutivos de crescimento acima de 8%, redução dos índices de pobreza de 52 a 25%, diminuição do desemprego de 22 a 9% (BOSOER, 2007). Do ponto de vista político, o poder de Néstor Kirchner se consolidou com rapidez extraordinária. Mesmo tendo sido eleito com apenas 22% dos votos, menos de três meses depois sua popularidade estava em torno de 80%.

No que se refere à governabilidade, desde a redemocratização da Argentina a forma de exercício da liderança partidária pelos presidentes argentinos tem em vista a auto-sustentação política acompanhada de um processo de personalização e de concentração do poder no executivo. Para esses propósitos tem sido de grande valia o processo recorrente de formação de alianças interpartidárias, bem como a incorporação de partidos sem tradição política. É por conta disso que o artifício da *transversalidade* ganha centralidade no universo político daquele país.

Alfonsín constituiu um movimento transversal dentro da UCR (o MODESO), com a finalidade de construir uma base de poder própria buscando garantir a governabilidade, o que acabou por dividir o Partido Radical entre alfonsinistas e não alfonsinistas. Menem desenvolveu uma estratégia política similar, buscando ampliar a sua base de legitimidade, apoiando-se em partidos cuja base de poder estava ligada à localidade, a exemplo da UCDE (União do Centro Democrático); buscou, ainda, aproximar artistas e esportistas, com o objetivo de aumentar a sua popularidade e forjar daí candidatos leais aos seus objetivos políticos e com potencial eleitoral, algo que nem sempre se podia encontrar dentro do peronismo. Muitos desses *outsiders* competiam com os próprios peronistas nas diferentes localidades, o que provocava uma forte disputa entre menemistas e anti-menemistas nas próprias fileiras do partido, cuja primeira fratura foi a dissidência dos oito deputados peronistas em 1990, que posteriormente formaram a chamada “Frente Grande” liderada por Carlos Chacho Alvarez.

O presidente Néstor Kirchner, nas eleições legislativas de 2005, também formou uma aliança transversal dentro do peronismo, a denominada “Frente para a Vitória”, objetivando criar o seu próprio centro de poder como contraponto ao duhaldismo. Kasman (2007) destaca que este agrupamento político se aliou a alguns dissidentes de outros partidos nacionais provinciais e municipais, com o intuito de superar o peronismo. O ponto mais alto dessa disputa dentro do próprio peronismo, entre Kirchner e Duhalde, ocorreu em 2005, com a disputa envolvendo Cristina Fernández Kirchner e Hilda González de Duhalde, respectivas esposas dos referidos políticos. Na corrida pela vaga no Senado Nacional para representar a Província de Buenos Aires Cristina Kirchner sai vencedora, embora ambas tenham sido eleitas como senadoras.

Buscando ampliar suas condições de governabilidade e seu apoio político, Kirchner apostou, num primeiro momento, em uma estratégia de transversalidade, buscando abrir o peronismo a uma prática de centro-esquerda, acoplando lideranças de outros partidos, alguns passando a ocupar importantes cargos, como o ex-frepasista Carlos Alvarez (ex-vice-presidente) (CUCHETTI, 2007).

De acordo com a leitura de Cuchetti (2007), face ao tímido avanço da "transversalidade", expressão política com escasso poder territorial, Kirchner aposta numa estratégia para buscar adesões políticas com controle territorial e debilitar possíveis focos opositores. Cria, portanto, uma relação com alguns governadores radicais sem peso histórico no partido para formar uma "*concertación plural*". Tal estratégia kirchnerista provoca novas fraturas e divisões na UCR. É no interior desta estratégia que se desenvolve a relação com o governador radical da província de Mendoza Julio Cobos, oriundo do mundo acadêmico.

O apoio destes governadores K possibilitou uma rede territorial de sustentação a Kirchner (CUCHETTI, 2007). Percebe-se, portanto, que o kirchnerismo constitui um conglomerado de atores, que inclui e transcende o peronismo.

Esse quadro de divisão interna dos partidos políticos, particularmente do peronismo, balizará a fragmentação política que se configurará nas eleições presidenciais de 2007.

Em relação ao pleito presidencial em 2007, o primeiro aspecto que chamou a atenção foi a escolha do candidato situacionista. O governo do presidente Néstor Kirchner desfrutava de uma imagem extremamente positiva no período precedente à escolha dos candidatos para a corrida presidencial. No entanto, apesar da Constituição argentina permitir reeleição e de ter as pesquisas de opinião favoráveis a uma possível candidatura, Néstor Kirchner decide não concorrer diretamente, designando como candidata à sucessão presidencial sua esposa, a então senadora Cristina Fernández de Kirchner.

Coalizões inter-partidárias nada convencionais foram formadas para a disputa eleitoral de outubro de 2007. Do lado situacionista, a candidata Cristina Fernández Kirchner encabeçou a chapa oficial, juntamente com o então governador de Mendoza, Julio Cobos, filiado ao Partido Radical, como candidato a vice-presidente. Tal aliança Kirchner/Cobos dá mostras das mudanças que se operaram no sistema partidário argentino. Cobos expressa de forma emblemática a "*concertación plural*" de Kirchner, que agregava

apoio de lideranças do Partido Radical, com o qual o peronismo historicamente polarizou. Este cenário seria impensável na Argentina anteriormente.

Do lado opositor verificaram-se treze candidatos desafiantes: Roberto Lavagna (Aliança Concertación UNA), Luis Alberto Ammann (FRAL), Alberto Rodríguez Saá (Aliança Frente Justicia, Union y Libertad), José Montes (Aliança Frente PTS, MAS, Izquierda Socialista), Nestór Pitrola (Partido Obrero), Jorge Sobisch (Unión Popular, MODIN, El Mov. De las Pcias. Unidas, Mov. de Acción Vecinal), Fernando “Pino” Solanas (Partido Socialista Auténtico), Vilma Ripoll (MST), Ricardo Lopez Murphy (RECREAR para el Crecimiento), Gustavo Breide Obeid (Popular de la Reconstrucción), Elisa Carrió (Confederación Nac. Coalición Cívica), Raúl Castells (MIJD) e Juan Ricardo Mussa (Confederación Lealtad Popular).

Os principais candidatos opositores foram a centrista Elisa Carrió, o ex-ministro da Economia, Roberto Lavagna, e o também peronista Alberto Rodríguez Saá.

A deputada nacional Elisa Carrió, segunda colocada na disputa, compôs sua chapa com Rubén Giustinani do Partido Socialista, formando a Aliança Confederación Coalición Cívica. A coalizão de Elisa Carrió foi mais estruturada em torno de políticos de renome do que de partidos políticos. Elisa Carrió, figura gestada nas fileiras do radicalismo, deixa o partido em 2001, durante a gestão de Fernando De La Rúa e funda uma agremiação própria. Sua campanha teve um perfil de centro-esquerda e nitidamente opositor, “com postulações de forte conteúdo moralista” (BOSOER, 2007, p. 22). A Coalizão Cívica teve apoio de setores conservadores do catolicismo, especialmente do arcebispo de Buenos Aires, Jorge Bergoglio (CUCHETTI, 2007).

Tabela 9. Candidatos e resultados eleitorais. Pleito presidencial na Argentina em 2007

<i>Eleitores Aptos</i>	27.137.828	
<i>% de votantes</i>	76,18	
Candidatos, Partidos e Alianças Eleitorais	Votos	%
Cristina Kirchner – Julio Cobos (ALIANZA FRENTE PARA LA VICTORIA)	8.651.066	45,29
Elisa Carrió - Giustiniani (ALIANZA CONFEDERACION COALICION CIVICA)	4.401.981	23,04
Roberto Lavagna - Morales (ALIANZA CONCERTACION UNA NACION AVANZADA)	3.229.648	16,91
Alberto Rodriguez Saá - Maya (ALIANZA FRENTE JUSTICIA, UNION Y LIBERTAD)	1.458.955	7,64
Fernando Pino Solanas - Cadelli (SOCIALISTA AUTENTICO)	301.265	1,58
Ricardo López Murphy - Bullrich (RECREAR PARA EL CRECIMIENTO)	273.015	1,43
Jorge Sobisch – Asís	268.255	1,40
- EL MOVIMIENTO DE LAS PROVINCIAS UNIDAS	152.419	0,80
- UNION POPULAR	69.079	0,36
- MOVIMIENTO DE ACCION VECINAL	36.809	0,19
- MOVIMIENTO POR LA DIGNIDAD Y LA INDEPENDENCIA	9.948	0,05
Vilma Ripoll - Bidonde (MOVIMIENTO SOCIALISTA DE LOS TRABAJADORES)	142.421	0,75
Nestór Pitrola - Arroyos (OBRERO)	116.564	0,61
José Montes - Heberling (ALIANZA FRENTE P.T.S. - M.A.S. - IZQUIERDA SOCIALISTA)	84.662	0,44
Luis Ammann - Deleonardi (ALIANZA FRENTE AMPLIO HACIA LA UNIDAD LATINOAMERICANA)	69.760	0,37
Raúl Castells - Pelozo (MOVIMIENTO INDEPENDIENTE DE JUBILADOS Y DESOCUPADOS)	48.786	0,26
Gustavo Breide Obeid - Vergara (POPULAR DE LA RECONSTRUCCION)	45.282	0,24
Juan Ricardo Mussa - Nespral (CONFEDERACION LEALTAD POPULAR)	10.551	0,06
VOTOS VÁLIDOS	19.102.211	92,40
VOTOS EM BRANCO	1.330.885	6,44
VOTOS NULOS	240.074	1,16
TOTAL VOTANTES	20.673.170	

Fonte: Ministério do Interior, República Argentina

Roberto Lavagna, que é oriundo do peronismo, compôs uma frente com candidato a vice da UCR, o senador Gerardo Morales, construindo a Aliança “Concertación UNA”, cujo principal partido era a própria Unión Cívica Radical e aglutinava também o Movimiento de Integración y Desarrollo, Nacionalista Constitucional UNIR e Popular Democrático (Capital Federal). Roberto Lavagna ocupou a pasta da Economia durante o governo provisório de Eduardo Duhalde e da gestão Néstor Kirchner até 2005, quando renunciou por divergências com o presidente. Lavagna obtém apoio de setores peronistas ligados ao ex-presidente Eduardo Duhalde e antikirchnerista e da própria estrutura nacional do Partido Radical (CUCHETTI, 2007).

O peronista anti-Kirchner Alberto Rodríguez Saá também disputou a presidência, mas não pôde aparecer como candidato oficial do partido, tampouco ostentar o nome Frente Partido Justicialista, por impugnação da Justiça Eleitoral. Saá, que contou com o apoio do ex-presidente Carlos

Menem, buscou aglutinar em torno de sua candidatura a identidade peronista, realizando marchas com retratos de Perón.

Ricardo Lopez Murphy, outro dissidente do radicalismo, representou uma candidatura de direita pelo partido Recrear para o Crescimento, agremiação que fundou em 2003 para disputar as eleições presidenciais de maio, ocasião em que obteve 18% dos votos. Murphy, economista ortodoxo, teve passagem pelo Ministério da Defesa e também pela pasta da Economia em 2001, durante o governo do Partido Radical. Sua gestão frente ao Ministério da Economia foi efêmera, devido ao anúncio de medidas polêmicas, que o levaram a renunciar (CUCHETTI, 2007).

A esquerda e os movimentos sociais também não buscaram composições e lançam seis candidatos: Néstor Pitrola (Partido Obrero), o cineasta Fernando Pino Solanas (Proyecto Sur), Vilma Ripoll (MST-Nueva Izquierda), o líder piqueteiro Raúl Castells (MIJD), Luis Ammann (Partidos Humanista e Comunista) e José Montes (PTS, MAS e Izquierda Socialista).

Embora o voto seja obrigatório na Argentina, apenas 76% dos eleitores compareceu às urnas. Do ponto de vista dos resultados, Cristina Kirchner saiu triunfante em primeiro turno com 45,49% dos votos, visto que a fórmula presidencial argentina requer apenas maioria especial²⁷. Cristina Kirchner foi a primeira mulher a chegar à presidência pelo voto popular.

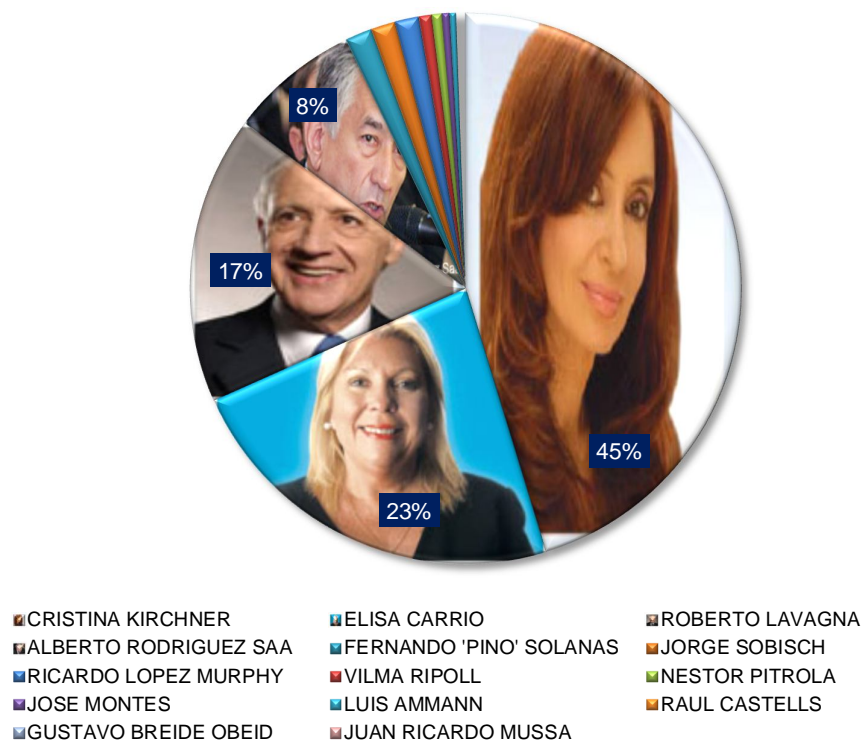
Em 28 de outubro de 2007, além da eleição presidencial, os argentinos elegeram metade da Câmara dos Deputados e um terço do Senado. Os governistas obtiveram maioria confortável em ambas as casas, embora Cristina Kirchner tenha sido derrotada nos centros urbanos (PAGNI, 2007).

A vencedora opositora foi Elisa Carrió, que obteve praticamente 23% dos votos. Carrió teve uma votação expressiva nos grandes centros urbanos, como na Capital Federal, onde foi a candidata mais votada. Seu partido fez a segunda maior bancada da Câmara (CUCCHETTI, 2007). Roberto

²⁷ No que se refere ao sistema eleitoral, a Argentina adotou um sistema de segundo turno com maioria especial a partir da Reforma Constitucional de 1994, exigindo-se uma maioria de 45% dos votos ou 40% com uma diferença de dez pontos percentuais sobre o segundo colocado na disputa.

Lavagna alcançou o terceiro lugar na disputa, com 16,8% dos sufrágios, adquirindo uma projeção considerável na oposição. Venceu em um colégio eleitoral importante, Córdoba. A quarta posição foi ocupada pelo governador peronista da província de San Luis, Alberto Rodriguez Saá, que não chegou à casa dos 8%. Os outros dez candidatos totalizaram 7% dos votos. A esquerda histórica, por repartir votos entre diferentes candidatos, diluiu seu potencial.

Gráfico 1. Resultados eleitorais. Eleições presidenciais, Argentina, 2007



Fonte: Elaboração própria, com dados do Ministério do Interior

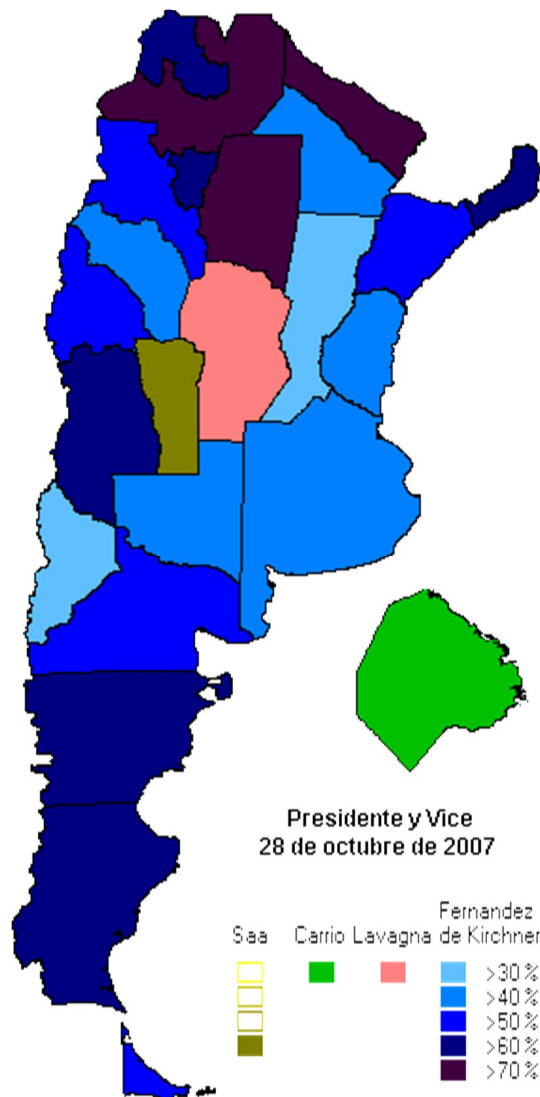
Deste modo, não houve necessidade de segundo turno, visto que a lei eleitoral estabelece que o candidato à presidência que obtém 45% dos votos ou mais de 40% com uma diferença de dez pontos percentuais em relação ao segundo colocado é declarado eleito em primeiro turno.

Contribuiu para este resultado a ampla fragmentação da oposição argentina, que reduziu as chances dos seus candidatos na eleição presidencial de 2007. Praticamente 6 de cada 10 argentinos votaram contra a candidata

situacionista. No entanto, o voto oposicionista se atomizou, pois não se formaram grandes coalizões opositoras.

O cartograma (Figura 4) ilustra a distribuição territorial dos resultados eleitorais.

Figura 4. Cartograma - Mapa eleitoral. Escala pelo método Gastner & Newman



Fonte: Atlas Electoral de Andy Tow

Por outro lado, este pleito demonstrou a força do PJ: os três candidatos de origem peronista, a saber, Cristina Kirchner (45%), Roberto Lavagna (17%) e Alberto Rodríguez Saá (8%) unindo forças atingiriam 70% dos

votos. A única candidata não peronista que conseguiu expressão foi Elisa Carrió. Tal resultado demonstra a sobrevivência do peronismo como dispositivo eleitoral. “O peronismo é um movimento político que persiste como uma força fortemente hegemônica, porém difusa e heterogênea em seu alcance, conteúdo, estrutura e organização” (BOSOER, 2007).

E neste contexto, no qual o peronismo apareceu dividido com duas candidaturas, a estratégia da campanha situacionista de Cristina Kirchner, como era de se esperar, foi de enfatizar a continuidade das políticas econômicas e sociais desenvolvidas pelo marido desde 2003, enquanto a campanha opositora ao kirchnerismo desenvolvida por Alberto Rodríguez Saá buscou competir pelo voto peronista crítico à gestão Kirchner.

Considerando que não houve paridade de condições quanto à utilização dos meios de comunicação de massa pelos candidatos - visto que o Canal 7, de propriedade estatal, realizou uma cobertura de 451 minutos de atividades de campanha de Cristina Kirchner (TRANSPARENCY INTERNATIONAL, 2008), foi estratégica para os demais candidatos a utilização de outras ferramentas de publicidade, dentre elas a Internet.

Algo em comum entre as duas candidaturas peronistas foi o vazio programático. Se por um lado Cristina Kirchner buscou preencher tal lacuna valendo-se da estratégia retrospectiva de explorar as ações do mandato de Néstor Kirchner, Alberto Rodríguez Saá não apresentou uma plataforma política e disponibilizou em seu *website* oficial um fórum online para recolher propostas de governo dos cidadãos.

Em termos de regulamentação do uso da Internet em processos eleitorais na Argentina, constatamos que a legislação eleitoral vigente no pleito em questão não fazia qualquer tipo de menção ou normatização em relação à propaganda política por meio de *websites* eleitorais.

3. A plataforma interativa de programa de governo do *website* de Saá: apresentação e análise dos dados

No *website* oficial de sua candidatura Rodríguez Saá disponibilizou um fórum de debates de propostas governamentais, com chamada e link na página principal, com a conclamação: "*Construyamos juntos otro país*". Para participar, era necessário apenas um nome e e-mail válido, não se fazendo necessário um cadastro elaborado.

Figura 5. Imagem do *website* eleitoral de Alberto Rodríguez Saá, 2007



<http://www.albertorodriguezsaa.com.ar/>

O *corpus* empírico desta análise foi constituído por todas as mensagens postadas neste fórum de debate de programa de governo durante a campanha eleitoral do candidato Alberto Rodríguez Saá (n= 427). No que

tange à sua forma de apresentação, o fórum de Saá não apresentou diretrizes iniciais para debate e nem foi organizado a partir de eixos temáticos.

As principais características deste fórum *online* serão comentadas nos próximos tópicos, que avaliam as estratégias do candidato na utilização desta ferramenta, os constrangimentos e incentivos à participação dos cidadãos e como os internautas se apropriaram deste espaço.

4.1 Constrangimentos e incentivos à participação no fórum *online* de Saá

No quesito constrangimentos e incentivos à participação dos cidadãos, o fórum de Rodríguez Saá foi analisado no intuito de identificar o perfil do gerenciamento por parte do *staff* da campanha, as regras formais e informais que regeram os debates online, os papéis dos moderadores (Gestor, Árbitro ou Mediador) e o nível de controle exercido pelos mesmos. Buscou-se verificar, ainda, se havia sensação ou evidência de censura no interior do fórum.

No que se refere às regras formais, o fórum de discussão sobre propostas de governo do *website* de Alberto Rodríguez Saá não tornou público um código de conduta e adotou um formato aberto, ou seja, não exigia a aprovação de cadastro para a participação, apenas nome e email.

O fórum de Rodríguez Saá seguiu um formato pós-moderado, ou seja, as mensagens eram publicadas e estavam sujeitas à exclusão *a posteriori* pela equipe de campanha, ao contrário dos formatos pré-moderados, onde os comentários ficam pendentes de avaliação pelos responsáveis e somente no caso de serem aprovados são postados.

No que tange à moderação em fóruns de discussão, desenvolvemos uma tipologia com base na literatura temática (WOJCIK, 2008; COLEMAN; GÖTZE, 2001; WHITE, 2000) e classificamos os papéis dos moderadores com base em três funções: *gestor*, *árbitro* e *mediador*.

Nesta investigação, entendemos que o moderador no papel de gestor procede no sentido de organizar o fórum, propondo temas e questões, e conduz o debate especialmente atento quanto ao foco, cronogramas e listas de tarefas. O moderador quando atua como gestor procura manter os participantes no assunto ou classifica as mensagens de acordo com o tópico, pode cumprir também um papel de *help desk* oferecendo instruções técnicas aos participantes e pode, ainda, ser um especialista em um tema específico.

No exercício das funções de árbitro, o moderador controla o que é ou não publicado no fórum e a maneira ou forma que as mensagens estão autorizadas a ter. Neste caso, age como um *gatekeeper*, censurando ou removendo as mensagens que desrespeitem as regras do fórum, ao mesmo tempo encaminhando aos remetentes explicações sobre os conteúdos removidos, para que os mesmos possam readequar suas mensagens e postá-las novamente. O papel de árbitro é provavelmente o mais conhecido dos papéis dos moderadores, em que suas ações visam fazer com que os participantes respeitem as regras do debate. O árbitro pode basear sua ação mais em critérios técnicos ou ideológicos.

Finalmente, quando assume a função de mediador, o moderador atua no sentido de estimular o debate, toma atitudes quando os participantes entram em conflito, facilita o intercâmbio entre os políticos e os cidadãos comuns, na medida em que responde ou comenta questionamentos em nome do candidato e sistematiza os resultados da participação, ou seja, os dados, tópicos e contribuições que chegarão ao conhecimento do candidato e da coligação. Portanto, a mediação assume um vetor de sentido duplo, ou seja, do candidato para o internauta e do internauta para o candidato. Considerando que o moderador na condição de mediador é um intermediário entre o utilizador da Internet e o candidato, ele goza de uma prerrogativa política clara.

Nossa tipologia, portanto, analisa a ação dos moderadores de fóruns de campanha quanto a funções técnicas e políticas. Considerando que tais papéis não são exclusivos, podendo sobrepor-se uns aos outros na atividade de

qualquer moderador, buscamos analisar em que medida os moderadores do fórum de Rodríguez Saá cumpriram as três principais funções acima descritas.

Analisando o fórum de Alberto Rodríguez Saá, foi possível notar uma clara ausência de evidências de moderação. Não se verificaram ações de moderadores no cumprimento de nenhum dos papéis acima descritos (gestor, mediador e árbitro). As mensagens não foram organizadas em torno de eixos temáticos, as propostas não foram sistematizadas, nem foi realizada qualquer outra ação que sugerisse leitura dos *posts* por parte do *staff* da campanha; nenhum indício de mediação e *feedback* por parte da coordenação de campanha se tornou evidente, nem no sentido de responder ou de comentar em nome do candidato os *posts* que exigissem um posicionamento. Sequer os cidadãos que tinham interesse em contribuir com a campanha foram respondidos. A ausência de respostas e mesmo a sensação de não estarem sendo lidos gerou frustrações nos participantes do fórum, expressas em mensagens como:

Hola yo envie una solicitud de informacio y mi inquietud par ser fiscal hace una semana pero nadie me informo nada, espero que me envíen algo en victoria entre rios todavia no hay nada. Yo soy Duhaldista pero quiero trabajar por Alberto Rodriguez Saa. (sic.) (Mensagem postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

No que se refere às funções de árbitro, não houve evidências de censura e, ainda que tenha ocorrido, a partir da análise empreendida foi possível constatar que comentários ríspidos ao próprio candidato foram publicados, como o reproduzido abaixo:

Me parece lamentable la actitud de todos los que firmaron aca, ya que tienen problemas mentales por lo que escribieron. Esta misma masa de gente es la que votó a menem (3 veces) y que va a hundir al pais. Basta de la misma vieja estúpida política. Son todos unos ladrones. Mi más grande repudio a los que apoyan a politicos así, ladrones. Le deseo muy mala suerte. (sic). (Mensagem postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Analisando o fórum de Saá a partir do modelo de ciber-interatividade (FERBER et al, 2007), é possível verificar que não ocorreu interação entre candidato e eleitores por meio do fórum, somente os próprios participantes interagiram entre si a partir da postagem de comentários. Portanto, não houve um efetivo debate entre a campanha e os cidadãos, pois o fórum se resumiu à publicação de opiniões cidadãs sem a réplica do partido.

A análise do fórum sugere que não houve qualquer acompanhamento da participação dos eleitores no interior do fórum. Os indícios levam a crer que Saá incorporou dispositivos interativos à sua campanha sem muita clareza de como utilizá-los e sem o planejamento necessário para lidar com os desdobramentos de experiências deste tipo.

É possível que o fórum para recebimento de propostas tenha sido criado exclusivamente com a finalidade de desviar a atenção quanto à ausência de um programa de governo do candidato e, neste caso, sem um real convencimento da equipe a respeito da importância de iniciativas deste tipo. Por outro lado, o imprevisto e ausência de planejamento podem ter gerado dificuldades logísticas para lidar com as ferramentas que foram oferecidas no *website* e não puderam ser realmente atendidas.

Para avaliar a capacidade financeira e de recursos humanos para gerir o *website*, analisamos o montante de financiamento e o perfil dos gastos da campanha de Alberto Rodríguez Saá. Na Argentina, o financiamento de campanha é misto, ou seja, os candidatos recebem aportes do Estado e de empresas e cidadãos em geral.

De acordo com os dados oficiais do *Poder Judicial de la Nacion* divulgados pela *Transparency International*, das quatorze candidaturas presidenciais, a de Rodríguez Saá foi a terceira em potencial de arrecadação, com um montante bem acima do arrecadado por Elisa Carrió, a segunda colocada na disputa. Carrió contou com um site bastante profissional, com fortes características de mobilização.

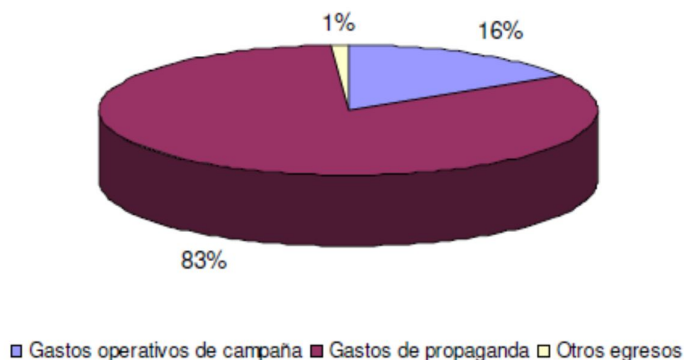
Tabela 10. Informe financeiro das campanhas presidenciais em 2007

Fórmula Presidencial	Cantidad Partidos Políticos que apoyaron la fórmula	Ingresos totales (monto en pesos)	Gastos totales (monto en pesos)
Fernández de Kirchner-Cobos	77	17.121.870	17.188.482
Sobisch-Asis	9	5.776.000	5.776.402
Rodríguez Saá-Maya	12	5.497.576	5.604.887
Carrió-Giustiniani	18	3.026.969	4.198.457
Lavaqna-Morales	24	2.610.021	2.382.507
López Murphy-Bullrich(8)	7	1.688.093	1.811.076

Fonte: *Transparency International, 2008*, com base nos dados do PJN

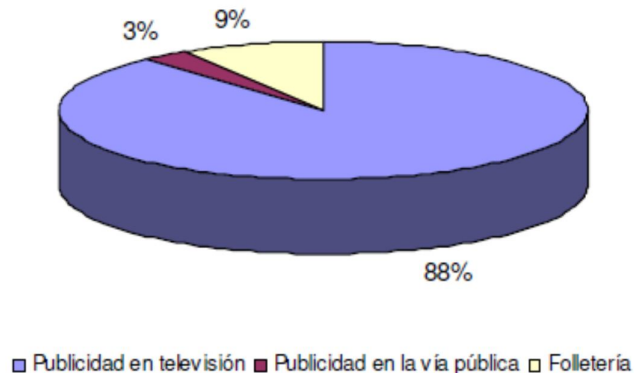
Analizamos o perfil dos gastos declarados para verificar o montante destinado à campanha na Internet, no entanto não encontramos informações específicas neste quesito. De acordo com o informe oficial, dos 5.604.887 pesos gastos na campanha de Rodríguez Saá, 82% (4.603.691 pesos) foram aplicados em publicidade na televisão.

Gráfico 2. Gasto total declarado pela campanha de Alberto Rodríguez Saá



Fonte: *Transparency International, 2008*, com base nos dados do PJN

Gráfico 3. Gasto com propaganda declarado pela campanha de Alberto Rodríguez Saá



Fonte: *Transparency International, 2008*, com base nos dados do PJN

No informe final, sua candidatura não declara gastos com pesquisas, viagens, organização de eventos, assessores de campanha, nem com a contratação de profissionais e agências de publicidade. No entanto, o relatório analítico da *Transparency International* (2008) chama a atenção para o fato de que, embora não se tenha declarado nenhum gasto com viagens, o candidato realizou ao menos cinco viagens. Não se declararam honorários por serviços de agências de publicidade, mas foram realizados nove spots publicitários. Da mesma maneira não foram registrados gastos relativos à organização de eventos, mas foram realizadas diversas atividades (no Hotel Emperador, Hotel Roberts (Caleta Olivia-Santa Cruz), no Teatro Municipal de Santa Cruz, entre outros). Também não foram lançados gastos com pesquisas de intenção de voto, mas o próprio candidato declarou a um órgão de imprensa nacional (Diario La Nacion, no dia 27 de setembro), que sua coligação havia realizado pesquisas e grupos focais.

Frente ao exposto, a *Transparency International* conclui que a prestação de contas da candidatura de Rodríguez Saá (bem como de diversos outros candidatos neste pleito) não correspondeu à realidade. Os indícios levam a crer que houve subestimação e ocultamento de financiamento e gastos, o que dificulta a tarefa de mensurar o gasto em cada área. Portanto, resulta uma incógnita o valor real aplicado por Saá em sua campanha online, mas infere-se que se tratou de uma candidatura com forte potencial de arrecadação e que priorizou gastos com publicidade em televisão.

4.2 Inclusividade, Diversidade da Participação e Reciprocidade do Debate

Com o intuito de avaliar a inclusividade e diversidade da participação nos fóruns, mensuramos a concentração e o número de mensagens postadas por participante. A literatura indica que o domínio da discussão por poucos usuários pode inibir a participação de outros cidadãos (SAMPAIO; MAIA; MARQUES, 2010) e o efeito *one-timer* demonstra que não há monopolização do debate por poucos participantes, mas, por outro lado,

tende a haver pouca reflexividade (JENSEN, 2003) e impõe um desafio para a geração de reciprocidade na discussão (GRAHAM; WITSCHGE, 2003 apud MENDONÇA; PEREIRA, 2011).

Os dados indicam que a grande maioria das mensagens do fórum de Alberto Rodríguez Saá (80,56%) foi postada por participantes *one-timer*, ou seja, que enviaram um único *post*. A partir da análise do fórum, é possível sugerir que o grande efeito *one-timer* pode ter sido gerado pela experiência não exitosa de participação, pois os internautas não obtiveram qualquer tipo de retorno de seus questionamentos e sequer tiveram a impressão de estarem sendo lidos e considerados pelo candidato ou por sua equipe.

Para avaliar a reciprocidade da discussão, buscou-se avaliar se as propostas estavam suscitando debate entre os participantes do fórum ou se, pelo contrário, os internautas postavam suas mensagens sem demonstrar disposição em ler e comentar as propostas de outros participantes. Deste modo, todas as propostas que não envolveram algum tipo referência ou comentário foram classificadas como *Monológicas* e todas aquelas que suscitaram algum tipo de debate, comentário ou resposta foram classificadas como *Dialógicas*. Vale destacar que mesmo algumas mensagens de *one-timers* foram classificadas como dialógicas quando foram comentadas por outros participantes, porque suscitaram um debate.

Neste quesito, o fórum do candidato Alberto Rodríguez Saá foi timidamente dialógico, pois apenas cerca de 11% das propostas ou mensagens do fórum do candidato argentino foram comentadas ou geraram algum tipo de referência por outros participantes.

4.3 Heterogeneidade e debate crítico racional

Para avaliar o grau de heterogeneidade no interior do fórum analisamos se ali se verificou diversidade de opiniões, se as manifestações produziram a sensação de intervenções críticas ou somente adesão e consenso ideológico (DADER; CHENG, 2011).

Parte da literatura temática enfatiza a importância dos fóruns eletrônicos para a troca pública de razões, na medida em que estes ambientes mostram-se propícios para o surgimento de tensões, tornando mais visíveis os problemas e demandas cidadãs. Este aspecto é relevante para a perspectiva de autores como John Dryzek (2000 apud WOJCIK, 2007), Mutz (2006) e Thompson (2008 apud MENDONÇA; PEREIRA, 2011), entre outros, para os quais certo grau de desacordo no interior dos fóruns é fundamental para a existência de deliberação. É evidente, no entanto, que tal diversidade de opiniões, que Gutman e Thompson (1996 apud WOJCIK, 2007) denominam de "desentendimentos deliberativos", deve se tornar manifesta em um ambiente respeitoso.

Considerando que os fóruns analisados nesta tese tratavam-se de dispositivos no interior de *websites* eleitorais que muito provavelmente iriam atrair o público que tivesse preferência por aquele candidato e suas ideias políticas, trabalhou-se com a hipótese de que no interior dos mesmos não haveria diversidade de opinião. De fato, encontramos uma quantidade ínfima de mensagens com diferentes pontos de vista no fórum de Alberto Rodríguez Saá (3%).

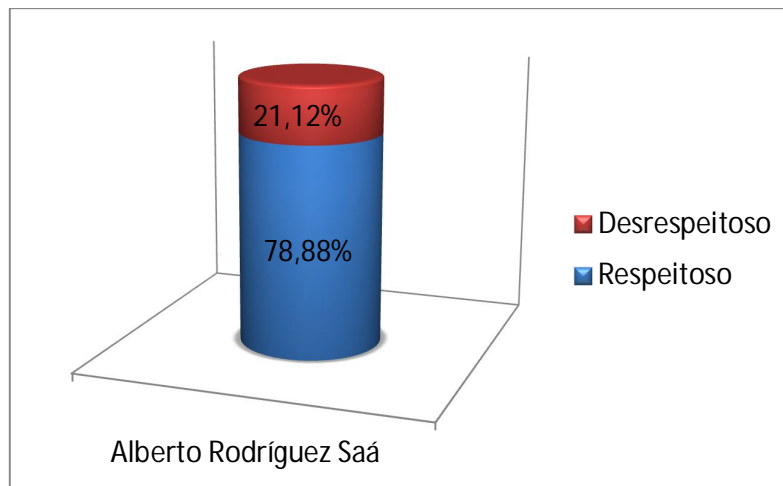
4.4 Respeito mútuo e identificação

A literatura temática enfatiza a importância do respeito mútuo nos debates online, sendo este um dos requisitos elencados por Dahlberg (2002 apud SAMPAIO; MAIA; MARQUES, 2010) para um "*Ideal Role Taking*". Neste quesito, analisamos o nível de respeito ou desrespeito entre os participantes, a partir da existência ou não de *flames* e em relação a quem. De acordo com Davis (1999) *flaming*, o envio de mensagens ofensivas em grupos de discussão, é um termo que não fazia parte do léxico de uma década atrás, no entanto tornou-se um dos principais aspectos abordados quando se analisa a participação online. Grande parte da literatura sobre Internet e política teme o perigo dos *flames* nos fóruns online, qualificando-os como danosos à democracia.

Conforme proposto por Wales et al. (2010) e na mesma direção que Mendonça e Pereira (2011) na avaliação do fórum *VotenaWeb*, optamos por focar as marcas explícitas de desrespeito e categorizamos as mensagens como respeitadas ou neutras todas aquelas em que não houve desrespeito explícito. Classificamos as mensagens sem respeito seguindo a tipologia de Papacharissi (2004) como rudes ou incivis. As mensagens “rudes” (*unpolite*) são fruto das emoções humanas e, portanto, passíveis de retratação pública e não são, necessariamente, incivis. As mensagens incivis consistem em uma séria ameaça às discussões políticas e à democracia em si, pois ofendem a dignidade. Foram categorizados como *Rudes* aqueles *posts* onde o tom era ríspido, notava-se animosidade, mas não se atacavam valores democráticos.

As mensagens qualificadas como *Incivis*, por sua vez, foram aquelas nas quais existiam insultos, discursos de preconceito, descrições ofensivas em relação a pessoas ou grupos, ódio ou ataque contra princípios democráticos.

Gráfico 4. Percentual de posts do fórum de Saá a partir dos indicadores de respeito



Fonte: autoria própria

Conforme demonstra o gráfico 4 no fórum do candidato Saá existiram mensagens qualificadas como desrespeitosas. Dos 21,12% de *posts*

categorizados como desrespeitosos no fórum do presidencial argentino, 7,8% foram mensagens incivis e as outras 13,32% foram rudes.

Assim como Davis (1999), Wales et al. (2010, p. 13) e Mendonça e Pereira (2011) optamos por uma classificação em relação ao foco de desrespeito e categorizamos as mensagens rudes e incivis em relação a: argumentos contidos em *posts* anteriores, por meio da desconsideração apriorística deles, em relação a grupos (organizados ou desorganizados) e instituições ou, finalmente, em relação a indivíduos (participantes ou não dos fóruns), através do uso de estereótipos e descrições ofensivas. Ilustra tal classificação os seguintes *posts* publicados no fórum de Alberto Rodríguez Saá, que continham tratamentos fortemente ofensivos e estereotipados, que foram classificados como incivis em relação a grupos:

Fuerza futuro presidente!! quiero vivir en un país donde vos seas presidente, el mundo avanza, la tecnología, todo y nosotros nos estamos quedando atrás, no quiero que me comparen con todo estos negro que nos rodean, como Chavez los bolivianos, por eso te voto a vos, el gil de kirchner no quiere abrir relaciones con Busch y ahora se quiere atacar a Iran para poder conseguir mejores recursos y nosotros nos quedamos afuera, ojala ganes vos, por que sino me voy a tener que ir del país!! o sino salir con un fierro a matar a todos los negro bolita que andan por ahí, fuerza futuro presidente alberto!! (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Vamos que se puede! vamos alberto que se puede ganar, el repudio a kirchner crece día a día, y la gente esta empezando a darse cuenta que acá se necesita alguien capaz, con seguridad, que no ande rosqueando con los piqueteros ni mucho menos los incluya en su gobierno como lo hace kirchner. quiero que vos gobiernes así metes presos a todos esos encapuchados vagos que no quieren trabajar, por que acá hay que trabajar, como trabajas vos, y así va a crecer argentina, como creció San Juan, donde vos diste el ejemplo de lo que se tiene que hacer, la mano blanda no va mas, los argentinos queremos vivir bien, sin villas ni negros. (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Estes episódios de racismo e discriminação às minorias étnicas verificados no interior do fórum evidenciam um problema histórico da Argentina. Com o processo de industrialização do país e substituição das

importações, e dada a permeabilidade das fronteiras argentinas para receber mão de obra de origem limítrofe, a Argentina foi marcada por alto fluxo migratório de trabalhadores. Gradativamente a política migratória de “portas abertas” passou a ser questionada e o elevado nível de conflito social a ser atribuído à presença de trabalhadores estrangeiros. O termo “negro bolita” contido na mensagem postada no fórum desnuda uma realidade de discriminação.

La Argentina siempre se ha creído blanca, europea y occidental. [...] Se rechaza aquello que no encaja en la idea de país que comenzó a construirse a partir de finales del siglo XIX. El caso de los inmigrantes bolivianos es revelador, porque desde una perspectiva fenotípica pone al descubierto el pasado negado, es decir el de la América india y mestiza (VÁSQUEZ, p. 103).

Nesta mesma direção, Margulis (1999 apud VÁSQUEZ, 2003) afirma que na Argentina a discriminação está associada a características corporais que desqualificam a população de origem mestiça, qualificadas de diferentes maneiras pejorativas: cabecitas, aluvi3n zool3gico, barbarie, bolitas, os quais constituem social e racialmente os cintur3es de pobreza urbanos conhecidos como “villas miserias” .

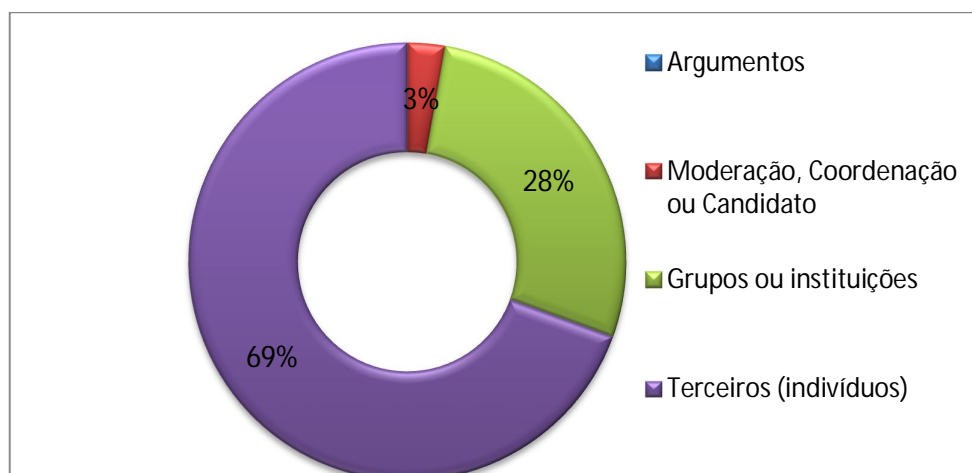
Embora n3o se afirme aqui de maneira alguma que tais *posts* correspondam ao perfil da candidatura analisada, recorrendo a Alc3ntara (2004) para analisar o entorno associativo do Partido Justicialista, 3 poss3vel verificar que o PJ 3 o partido pol3tico classificado com menor grau de rela33o de proximidade com grupos 3tnicos minorit3rios.

Al3m destas mensagens ofensivas em rela33o a minorias 3tnicas, os demais *flames* do f3rum de discuss3o do *website* eleitoral de Alberto Rodr3guez Sa3 foram dirigidos a sindicalistas, grevistas, meios de comunica33o, 3 equipe de publicidade da campanha, mas majoritariamente aos advers3rios pol3ticos da candidatura, personificados na figura do casal Kirchner, como exemplifica este *post*:

Desde Buenos Aires K+K = CACA. Vamos por partes, por empezar no somos cínicos sino asépticos que no es lo mismo...ellos, los del gobierno son los cínicos no nosotros.... Este gobierno corrupto y falaz nos miente en todo, que no deja de cometer delitos y atropellos a mansalva, que no respeta ninguna ley. Que no observa ninguna regla de elemental ética jurídica, legal o moral. Que es capaz de cualquier acción con tal de lograr sus intereses egoístas y mezquinos profundamente crueles. Donde el destino de la gente le importa un CARAJÓ,.... Desde el primer día de su mandato.... Cual fue el día donde no hicieron una barrabasada, solo pido uno solo, donde no hagan un grotesco insensato... Perder los mercados de la carne, meter la pata de forma atroz con los chinos, pelearse con Uruguay Hasta el presupuesto que presento en el congreso...todo es un mamarracho... ¿hay algo bien hecho?...si ni robar saben, dejan todos los dedos en la lata y por todos lados... no les importa un pito...total son impunes, son los amos y dueños de la Argentina... Mire son tantas las taradeces, delitos, y descalabros que comete a diario, que no se los puede seguir. Este tiranuelo de opereta con su no menos patética reina consorte, rodeado de una corte de mafiosos que Al Capone palidecería de envidia, esto es robar esto es ser delincuentes. Estos desvergonzados no tienen currículó todos tienen prontuario. Perdonen que me extienda tanto en estas reflexiones Pero Ud. no dudaría que estos canallas son capaces de hacer trampa, les va la vida en esto y no es joda. Un gran abrazo para todos los compañeros y para la gente que confía y sigue a nuestro querido Alberto. (sic.). (Mensaje postado no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

CON EL DR. ALBERTO RODRÍGUEZ SAÁ COMO PRESIDENTE DE LA NACIÓN ARGENTINA PODEMOS cambiar el actual estado de vida en nuestro País, que es calamitoso y muy lamentable, pues el estado de pobreza, desnutrición. hambre, violencia, inseguridad que han generado las acciones de Kichstner y la senadora nacional, que es su esposa, mujer decadente y que averguenza a todas las mujeres de nuestro País por su conducta< ademas NO DEBEMOS OLVIDARNOS DE QUE ESTA MUY ENFERMA Y EN SU ESTADO NO PUEDE GOBERNANAR NI HACER NADA MAS QUE TRATARSE Y OJALA SE RECUPERE..... PUES TODOS CONOCEMOS QUE PADECE DE UNA PSICOSIS SEVERA QUE LA LLEVA DE INTERNACION EN INTERNACION..... y esto DEBE saberse y divulgarse, ademas de su falta total de idoneidad para el cargo es vergonzosa su actitud prepotente y de permanente enojo, NO PRESENTA una propuesta seria y creible,< mas como vamos a creerle a la mujer de un deliciente y genocida como es su marido, el actual presidente de la Argentina. Basta de saqueos y de mentiras. (sic.). (Mensaje postado no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Gráfico 5. Destinatários dos flames do fórum de Alberto Rodríguez Saá



Fonte: autoria própria

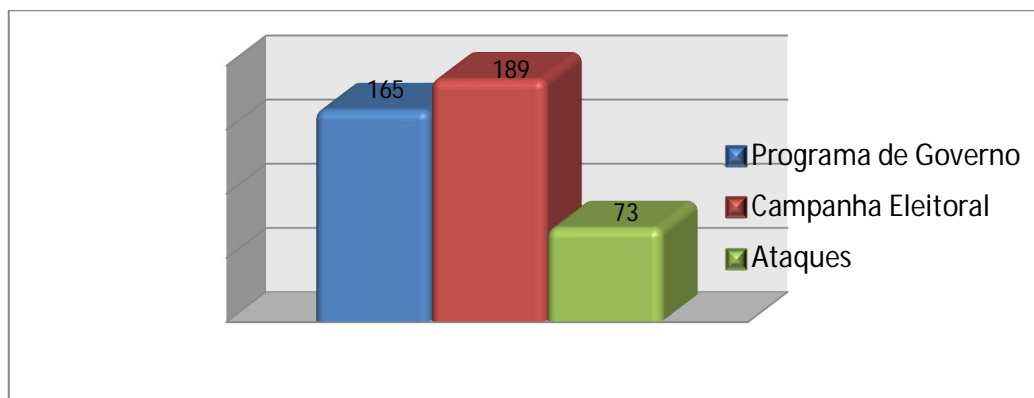
Em termos de identificação, constatamos que a maioria dos participantes se identificou e aqueles que tiveram uma participação anônima por meio de codinomes (Argentino preocupado, Argentino surpreendido...), não publicaram mensagens desrespeitosas.

4.5 Tematização e conteúdo

Considerando que o espaço digital analisado visava debater e realizar aportes ao programa de governo do candidato, buscamos verificar se este fórum serviu, de fato, a tal propósito, bem como a natureza das mensagens que resultaram desta interação.

Para tanto, analisamos o teor das mensagens, classificando-as em três grandes categorias: (1) propostas ou comentários para fomento ao programa de governo, solicitação de esclarecimentos quanto ao conteúdo programático ou discussão de demandas e anseios dos cidadãos, (2) propostas ou mensagens relacionadas à campanha política, aclamação, endosso ou apoio ao candidato, divulgação da agenda ou repercussão de debates e (3) ataque a adversários, grupos, campanha negativa, ofensas ou estereotipações.

Gráfico 6. Classificação dos posts do fórum de Alberto Rodríguez Saá quanto ao teor



Fonte: autoria própria

Os dados demonstram que no fórum de Alberto Rodríguez Saá 38,46% das mensagens relacionavam-se a apresentar propostas de governo, solicitar posicionamentos em relação a temas, expressar anseios e demandas. Muitas destas mensagens eram reflexivas quanto à situação do país e à crise econômica, social e política recente. Foram publicadas também mensagens de ataque aos adversários (17%), especialmente a Néstor e Cristina Kirchner. No entanto, o maior número de *posts* (44,54%) discutia propriamente a campanha política e em especial a vida partidária. Neste quesito, um assunto abordado com grande frequência foi quem era o autêntico candidato peronista (Cristina Kirchner ou Rodríguez Saá).

Isto se deveu ao fato de que no pleito presidencial argentino de 2007 verificaram-se importantes divisões internas do Partido Justicialista (PJ), que não teve uma candidatura oficial, conforme discutido na contextualização das eleições. Por um lado, a candidata Cristina Kirchner encabeçou uma aliança inédita entre peronistas (PJ) e radicais (União Cívica Radical), partidos que, historicamente, conformaram a polarização política argentina. Por outro lado, Alberto Rodríguez Saá, do mesmo partido político, porém sendo um peronista anti-Kirchner, também disputou a presidência, mas não pôde aparecer como candidato oficial do partido, tampouco ostentar o nome Frente Partido Justicialista, por impugnação da Justiça Eleitoral. Saá, que contou

com o apoio do ex-presidente Carlos Menem, buscou aglutinar em torno de sua candidatura a identidade peronista, realizando marchas com retratos de Perón. E foi justamente este um tema de grande destaque no interior do fórum online, como demonstram as seguintes mensagens:

Hola al peronismo. Podemos afirmar en estos días que la UNICA FORMULA PERONISTA es la que forman el Dr Alberto Rodriguez Zaa y el compañero Hector Maya se deja de manifiesto con la bochornosa formula del oficialismo con un candidato a vice que es RADICAL se le suma que actualmente no tiene partido ya que lo expulsaron, se podria decir que la formula oficial es algo asi como una ALIANZA para juntar votos con incluso un programa que ni siquiera representa al peronismo en lo mas minimo, podra seguir manteniendo este fraude, este engaño, esperemos que no y sea Rodrigez Saa nuestro presidente es el unico partido, las demas son puraz alianzas. Saludo al pueblo PERONISTA. (sic.). (Mensaje postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

VAMOS TODAVIA. ESTOY CONTENTO DE TENER UN CANDIDATO COMO UD UN VERDADERO PERONISTA FUERZA. (Mensaje postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

100 % PERONISTA. 50 % RADICAL son las fórmulas Kristina-Cobos, Lavagna-Morales y Carrió-XX. 100 % PERONISTA una sola: Alberto Rodríguez Saá. (sic.). (Mensaje postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Alguns internautas criticaram esta roupagem de disputa peronista externa da campanha de Rodríguez Saá, conforme ilustra este *post*:

Una sugerencia: No peronicen tanto la campaña. Puedo entender que quieran rescatar el voto auténticamente peronista pero abransé también a la clase media que es renuente a ello. Más teniendo en cuenta que en San Luis no están todo el día con Perón y Evita sino haciendo obras que ojalá algún día se puedan realizar en toda la Argentina. Aunque sea un voto testimonial... yo te voto Alberto!!! (Mensaje postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

O apoio de Menem a Rodríguez Saá também foi pauta de discussão, muitas vezes questionado no interior do fórum:

Estimado Alberto: Es una lastima que Ud se haya involucrado con el impresentable de Menem... yo particularmente, y creo que miles de

argentinos, lo hubiesemos votado. Los políticos tendrían que entender que hay ciertos personajes nefastos que hay que evitar. Yo lo veo abrazado con el mencionado personaje y no puedo evitar creer que Ud comparte su ideología. (sic.). (Mensaje postado no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

A análise qualitativa do perfil das mensagens publicadas demonstra que o público principal do *website* de Rodríguez Saá foi formado por eleitores e militantes peronistas descontentes com a gestão de Kirchner e com sua estratégia de composição política com o Partido Radical. Os segmentos de eleitores orgânicos à sua candidatura ocuparam o espaço para fustigar o casal Kirchner no campo ético e discutir estratégias de campanha:

FUERTES DECISIONES. La Asamblea arrancará todos los carteles de campaña de Cristina Kirchner. La Asamblea boicotará al oficialismo. Habrá otra marcha a Plaza de Mayo.. Herramientas La Asamblea Ciudadana Ambiental Guleguaychú resolvió “arrancar todos los carteles de campaña” de la candidata presidencial Cristina Fernández de Kirchner. Asimismo, se resolvió la realización de “escraches” en todos los actos políticos que la candidata realice en la provincia, en el marco de su campaña presidencial. Este mismo viernes, algunos carteles con la imagen de la primera dama, aparecieron pintadas con aerosol con la inscripción “Kirchner traidor”. (sic.) (Mensaje postado no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Verificamos que muitos participantes do fórum conclamavam a militância a fiscalizar a eleição. Aliás, a retórica sobre a possibilidade de fraude a favor da candidata situacionista para evitar um segundo turno foi um tema recorrente de discussão:

Si gana Cristina seguro que es con fraude no conozco a nadie que la vote es mas la mayoría la repudiamos. Solo con verla siento nauseas. (Mensaje postado no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

S.O.SESTADO K...OTICO... No quiero más K...en el futuro , ni en el presente de mi país ,[...] Sr.Rodriguez Saà , creo que es más que probable que haya fraude en las urnas. (sic.). (Mensaje postado no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Acabo de ver hoy, domindo 30 en el diario Perfil, el comienzo de la publicación de encuestas truchas. Es una verguenza que esto suceda y que se quiera engañar a los argentinos con datos alejadisimos de la realidad. Digo ahora, a poco mas de 20 dias de la eleccion, que la primera

dama no va a sacar más del 30 por ciento de los votos, salvo que haga fraude, algo muy posible que ya estan pensando realizar. (Mensaje postado no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Usted no desconfiaría? Hoy escuchaba el programa de radiocadena 3 de juntos con Mario Pereira. Y no podía salir de mi asombro. Cuando ante las expresiones de Alberto, de que temía un fraude en las urnas. Se escandalizo de una manera alarmante. (Mensaje postado no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

ESTEMOS ALERTA ALBERTO: DEBE UD. Y TODO SU EQUIPO PONER MUCHO CUIDADO EN EL DIA DE LAS ELECCIONES. PRIMERO ELEGIR FISCALES CONFIABLES. SEGUNDO:ASEGURARSE QUE EN CADA MESA DEL PAIS HAYA UN FISCAL. ES EL CANDIDATO CON MAS POSIBILIDADES Y EL OFICIALISMO PUEDE METER LAS MANOS EN LAS URNAS. (Mensaje postado no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

No plano temático, a disputa travou-se em torno dos escândalos e denúncias de corrupção envolvendo Kirchner (como o possível superfaturamento na ampliação de um gaseoduto ao norte do país), a situação do país no atinente a desemprego, alternativas de geração de energia (principalmente energia eólica) e a questão da privatização ou estatização de empresas.

4.6 Efetividade do fórum

Para analisar a efetividade do fórum para construção de um programa de governo, analisamos se as propostas formuladas pelos cidadãos foram consideradas e se o fórum teve como resultado a produção de uma plataforma da candidatura, construída de forma colaborativa pelo candidato e sua equipe juntamente com os internautas.

Neste quesito, o fórum de Rodríguez Saá não gerou resultados efetivos, pois não foi elaborado qualquer documento formal com propostas políticas e tampouco qualquer tipo de posicionamento de sua candidatura em relação aos questionamentos levantados pelos participantes do fórum. A ausência de propostas e de um programa de governo da candidatura foi sentida e criticada por muitos internautas, conforme demonstram as seguintes mensagens:

Plataforma. Hola, que tal? Me gustaria mas que ver pedidos de propuestas para mejorar este pais, CUAL es la propuesta del candidato en caso de ser electo por los argentinos. Tengo intenciones de votar con conciencia, pero realmente, si los candidatos no dicen que van a hacer y (lo mas importante) COMO lo van a hacer, me parece que pierden total credibilidad (¿mas?) En fin, me gustaria recibir detalles de la plataforma de este candidato. Muchas Gracias. (Mensaje postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Proyectar planes concretos decir qué se va hacer con fecha cumplimiento. Terminar las rutas que se han empezado y que pienso que nunca se van a terminar. Equipar los hospitales. Además no puede ser que se atienda personas extranjeras. Educación: Tomar exámenes generales, en todos los colegios el mismo día y a la misma hora, como se hace en EEUU, para verificar que los maestros hayan podido cumplir con la exigencia de cada año escolar. Plasmar en internet lo que se va a hacer, cómo y porqué. NO MENTIRNOS MAS, nunca más! (Mensaje postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Esta muy linda la pagina pero tendria que estar visible cuales son sus planes economicos y que tiene planeado para el pais. (Mensaje postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Donde estan las propuestas dentro de la página??? (Mensaje postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

Me gustaria coner en que forma y cuales son las propuestas que tienen para construir un pais diferente. (sic.). (Mensaje postada no fórum online de Alberto Rodríguez Saá, 2007).

A não elaboração de um programa de governo sugere que a plataforma interativa foi disponibilizada no *website* do candidato somente como uma estratégia de marketing político, e não com o real intuito de produzir um programa de governo colaborativo.

Tornou-se notória, portanto, a falsa imagem de fomento à participação que a campanha procurou passar aos eleitores. Dader e sua equipe (2011), ao analisar as campanhas eleitorais espanholas, chegam à mesma conclusão em relação a algumas estratégias de campanha online. Os principais partidos espanhóis, PP e PSOE, incluíram em suas páginas web formulários em prometedoras seções intituladas “Tu opinión cuenta” (PP) e “Participa” (PSOE), onde os internautas podiam remeter mensagens a um

email genérico, no entanto sem oferecer maiores informações sobre o que se sucederia com esta opinião e qualquer tipo de *feedback* ao internauta.

4.7 Conclusões parciais do capítulo

Da estratégia de utilização do fórum on-line pelo presidenciável argentino Alberto Rodríguez Saá destacamos: (1) incompreensão por parte de sua candidatura quanto à utilização da lógica 2.0 da web; (2) falta de planejamento e provável ausência de recursos humanos para gerenciar o fórum e estabelecer as mediações necessárias entre cidadãos e candidato; (3) utilização de ferramentas interativas com mera função simbólica, para transmitir um ar de modernidade e sofisticação tecnológica; (4) apropriação do fórum especialmente por partidários peronistas, para discussão da campanha política, da vida partidária e realizar campanha negativa contra Cristina e Néstor Kirchner; (4) ausência de um programa de governo da candidatura e de propostas políticas do candidato em seu *website* eleitoral; (5) falta de *feedback* à cidadania a respeito da incorporação ou não das propostas recebidas.

O presidenciável argentino Alberto Rodríguez Saá incorporou dispositivos interativos à sua campanha sem muita clareza de como utilizá-los, o que resultou em uma experiência antiquada. Os indícios levam a crer que o fórum de debates foi criado, mas a coordenação da campanha não acompanhou efetivamente o desdobramento da experiência. Em seu fórum não registramos qualquer participação de membros da campanha, mesmo quando os internautas solicitavam esclarecimentos ou retorno a mensagens. Isto demonstra que a presença de ferramentas interativas em *websites* eleitorais não garante a existência de efetiva interação entre eleitores e candidatos.

É plausível que a ausência de algum tipo de *feedback* por parte da coordenação de campanha de Rodríguez Saá tenha causado a impressão de que os aportes dos internautas não estavam sendo lidos ou considerados. Isto

pode ter gerado o grande efeito *one-timer* no interior do fórum; quando não se verificam claros incentivos à participação e o internauta sente que não há comprometimento dos agentes políticos com o debate, a probabilidade de postar uma mensagem e não retornar mais ao *website* é grande.

No fórum de Saá foram identificados *flames*, direcionados especialmente à candidata Cristina Kirchner e a seu marido Néstor Kirchner, mas também se verificaram mensagens qualificadas como incivis, nas quais existiam insultos, discursos de preconceito racial e descrições ofensivas em relação às minorias étnicas. Isto demonstra que a abertura de canais de participação, por si só, não significa aprimoramento da democracia. O livre fluxo de informação pela Internet pode acarretar a disseminação de informações perversas, antidemocráticas, perigosas, falsas ou criminosas (BUCHSTEIN, 1997).

Há informação má, perigosa, criminosa, falsa, ofensiva à dignidade humana, injuriosa e anti-democrática e defender o seu direito de existir não é o mesmo que lutar por direitos civis no ciberespaço, como querem os libertarianistas, mas engajar-se na proteção do direito ao *hate speech*, ao racismo publicado, à discriminação de minorias (GOMES, 2002, p. 27).

O Partido Justicialista não logrou resolver suas disputas internas atinentes à candidatura presidencial; deste modo, dois candidatos do partido (a então senadora e primeira-dama Cristina Kirchner e o governador da Província de San Luis Alberto Rodriguez Saá) se apresentaram à disputa. Recorrendo à Alcántara (2004) para analisar as características institucionais do Partido Justicialista para compreender as duas candidaturas que surgem das contendas internas não resolvidas, verificamos que o PJ está entre os partidos com menores graus tanto de disciplina quanto de democracia interna. O PJ é classificado pelo autor como um partido com baixo nível de vida partidária, mas dotado de grande infraestrutura. Ainda conforme Alcántara (2004) o PJ integra a lista de partidos latino-americanos com maior grau de divergência de opiniões e é definido como uma máquina caudilhista, ou seja, um partido cujas relações de poder são verticais, com baixo grau de

democracia interna e com militantes menos dispostos a acatar as resoluções do partido.

Frente a tais características institucionais, no contexto eleitoral de 2007 a principal função do fórum de Rodríguez Saá foi debater a campanha política e em especial a vida partidária. O fórum de Saá foi apropriado especialmente por partidários peronistas e cumpriu o papel de externar debates que de outra maneira não teriam lugar. Tornaram-se manifestas as divisões internas do Partido Justicialista (PJ) e contundentes críticas à estratégia de ampliação da base de apoio eleitoral por meio da "*concertación plural*" empreendida pelos Kirchner, ao agregar lideranças do Partido Radical (com o qual o peronismo historicamente polarizou).

As características atuais do peronismo como uma força fortemente difusa e heterogênea em seu alcance, conteúdo, estrutura e organização (BOSOER, 2007), dificultaram a realização de debates programáticos sólidos. Os dois candidatos peronistas, Cristina Kirchner e Rodríguez Saá, não apresentaram programas de governo em seus *websites* eleitorais. Enquanto Cristina Kirchner valeu-se da apresentação dos dados de gestão de seu marido e de uma estratégia de comunicação política fortemente personalista, Saá investiu na abertura de canais para recebimento de propostas em sua web, provavelmente como parte de uma estratégia para ofuscar a ausência de um programa de governo.

Frente a um cenário de ampla fragmentação e de duas candidaturas do mesmo partido, o que acarretou baixa inteligibilidade do processo eleitoral, o debate de propostas entre Rodríguez Saá e o eleitorado por meio de interfaces digitais poderia proporcionar aos eleitores condições mais adequadas de escolha. No entanto, a estratégia de utilização da Internet pela candidatura de Saá teve um caráter meramente publicitário.

CAPÍTULO V

**EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS NO
PLEITO PRESIDENCIAL DO CHILE
EM 2009**

Capítulo V

EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS NO PLEITO PRESIDENCIAL DO CHILE EM 2009

A eleição presidencial de 2009 no Chile, pleito imediatamente posterior ao norte-americano, foi um marco no uso da Internet no âmbito das campanhas políticas no país. O presidenciável Marco Enríquez Ominami foi o candidato que mais fortemente apostou no uso da rede eletrônica. Em sua campanha, a Internet definitivamente representou muito mais do que uma novidade que os candidatos utilizam principalmente para transmitir um ar de modernidade ou para se comunicar com a imprensa. O *website* do candidato tornou-se uma importante maneira para se conectar com o público para a construção de sua candidatura independente, a qual foi anunciada a partir da Internet, por meio de um vídeo no YouTube e de uma notícia publicada no Facebook.

Antes de adentrarmos propriamente na análise da plataforma de construção colaborativa de programa de governo de Enríquez Ominami, é salutar caracterizarmos o país, compreendermos o público da Internet no Chile, bem como o contexto eleitoral de 2009.

Os indicadores populacionais dão conta de que a população chilena está na casa dos 17,1 milhões de habitantes, em um país com extensão

territorial de 756.945 km² e cujo Produto Interno Bruto é de 163,9 milhões de dólares (*United Nations Statistics Division, 2009* apud Silva e Vieira, 2010).

Tabela 11. Informações gerais sobre os países pesquisados

Pais	População (em milhões de habitantes) ⁴	Produto Interno Bruto (PIB) (milhões de US\$) ⁵	Extensão territorial (Km ²) ⁶
Argentina	40,6	262,3	2.766.889
Brasil	195,4	1.314.199	8.514.876
Chile	17,1	163,9	756.945

Fonte: SILVA; VIEIRA, 2010

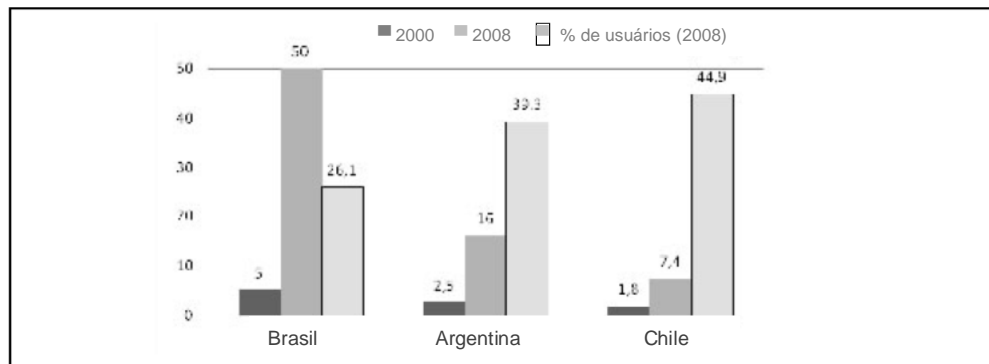
1. Acesso à Internet e perfil político do internauta chileno

A Internet é uma tecnologia cada vez mais global, mas a maneira como ela é utilizada em cada país deve-se em grande medida a variáveis nacionais (BOAS, 2008). Neste tópico analisaremos o acesso à Internet no Chile e o perfil político dos internautas, também recorrendo a fontes de dados secundários: *Internet World Stats* e o informe *Latinobarómetro*, analisado por Schlegel (2009).

Os indicadores de acesso à Internet produzidos pelo *Internet World Stats* no ano do pleito em questão (2009) apontam que, dentre os três países analisados neste estudo o Chile é aquele com maior nível de acesso à Internet, com 44,9%, muito próximo da média europeia de 48,5%. Aliás, a porcentagem da população chilena usuária da Internet tem sido consistentemente a mais alta da América Latina.

Para Boas (2008), a análise sobre a difusão da Internet no Chile sugere que o país é um bom candidato à rede eletrônica desempenhar um papel relevante na política.

Gráfico 7. Usuários de Internet - Brasil, Argentina e Chile (em milhões) - ano ref. 2008



Fonte: Internet World Stats (2009) apud Schlegel (2009)

Analisando os modelos de regressão compostos por quesitos sócio-demográficos, variáveis políticas (interesse declarado pela política e participação em entidades e associações secundárias) e dados sobre uso da mídia tradicional como variáveis independentes formulados por Schlegel (2009) com dados do Latinobarómetro (2007) verifica-se que renda e ocupação são variáveis cruciais para *determinar o acesso à Internet no Chile*.

Para Boas (2008), o uso da Internet é mais comum entre as classes média e alta, devido a um nível bastante elevado de desigualdade econômica no país, o qual em 2001 ostentava um coeficiente de GINI na ordem de 57,1.

Schlegel (2009) chama a atenção para o fato de que no Chile há um diferencial em relação à Argentina: as condições de proprietário, profissional liberal ou funcionário gerencial favoreceram a conexão se comparadas à do assalariado manual, enquanto a de não-PEA desfavoreceu. Arredondando os números, o proprietário de um negócio no Chile tem duas vezes mais chances de estar conectado à Internet do que um funcionário seu que faça um trabalho manual; e um desempregado tem metade da chance desse funcionário manual de ter acesso regular à rede mundial digital. Idade, escolaridade, porte da cidade de moradia e interesse por política também tiveram significância, enquanto usos da mídia tradicional não se mostraram determinantes.

Tabela 12. Regressão Logística - Chile - Uso Regular da Internet

	Modelo 1 (só sócio-demográficas)		Modelo 2 (com variáveis políticas)		Modelo 3 (com mídia tradicional)	
	Razão de chance	p	Razão de chance	p	Razão de chance	p
Idade (ref.: de 18 a 25 anos)						
De 26 a 35	0,259	0,000	0,241	0,000	0,210	0,000
De 36 a 45	0,096	0,000	0,084	0,000	0,087	0,000
De 46 a 55	0,094	0,000	0,088	0,000	0,102	0,000
Mais de 55	0,055	0,000	0,042	0,000	0,050	0,000
Mulher	1,016	0,935	1,284	0,231	1,403	0,157
Escolaridade (ref.: 1 ^º ano inc.)						
1 ^º completo	1,333	0,587	1,486	0,472	3,876	0,043
2 ^º incompleto	4,160	0,000	4,187	0,001	5,618	0,003
2 ^º completo	5,986	0,000	5,584	0,000	7,992	0,000
Sup. incompleto ou mais	48,731	0,000	47,591	0,000	64,444	0,000
Renda (ref.: baixa)						
Média	2,168	0,000	2,065	0,001	2,622	0,000
Alta	2,661	0,000	2,597	0,000	2,842	0,000
Ocupação (ref.: manuais)						
Donos, liberais e gerenciais	2,166	0,008	2,040	0,018	2,145	0,027
Estudantes	2,023	0,110	1,842	0,194	2,051	0,198
Não-PEA	0,568	0,011	0,578	0,016	0,483	0,006
Etnia (ref.: indígena/mestiços)						
Branco	0,862	0,411	0,980	0,915	0,885	0,573
Outros (inclui negro-mulato)	2,741	0,061	4,064	0,013	3,609	0,061
Cidade (ref.: até 20 mil habitantes)						
Mais de 20 mil a 100 mil	2,305	0,004	2,329	0,004	2,563	0,005
Mais de 100 mil	2,038	0,001	2,005	0,002	2,066	0,006
Interesse por política			1,696	0,011	1,705	0,025

Associativismo						
Partido			1,639	0,122	1,536	0,216
Sindicato			1,123	0,685	0,901	0,742
Igreja			0,962	0,854	1,034	0,893
Grupo esportivo/lazer/cultural			1,537	0,053	1,780	0,021
Mídia (5 ou + vezes/semana)						
Vê notícias na TV					0,862	0,540
Lê jornal					1,336	0,304
Ouve notícias no rádio					1,044	0,842
Constante	0,220	0,002	0,152	0,000	0,085	0,000
N		1.105		1.078		843
	r^2 Negelker k 0,564	Teste H&L 0,330	r^2 Negelker k 0,582	Teste H&L 0,544	r^2 Negelker ke 0,583	Teste H&L 0,542

Fonte: Latinobarómetro (2007 apud SCHLEGEL, 2009)

Ao analisar o acesso à Internet nos três países incluídos neste estudo (Argentina, Chile e Brasil) em uma perspectiva comparada, é possível verificar que o Chile foi o único em que uma variável relacionada à cor da pele indicou fazer diferença. A categoria de referência para este quesito no Chile é a de indígenas e mestiços (e mestiço foi entendido como filho do indígena com o branco); a categoria "outros" engloba negros, mulatos e pessoas que se classificaram de forma diferente das anteriores.

Em termos de *participação política tradicional*, o internauta chileno é mais participativo em relação à população não usuária da Internet, levando-se em consideração as três formas de participação disponíveis no questionário Latinobarómetro (abaixo-assinado, manifestações e protestos).

Tabela 13. Comparação de médias - Chile - Uso regular da Internet x Participação

	Usa a internet regularmente (i)	Nunca usou ou quase nunca (ii)	Diferença (i - ii) (com teste t)
Assinou abaixo-assinado	0,183	0,0852	+ 0,098¹
Tomou parte em manifestação autorizada	0,153	0,0625	+ 0,090¹
Fez protesto sem autorização	0,094	0,0292	+ 0,065¹

Nota: Significância até $p \leq 0,001$

Fonte: Latinobarómetro (2007 apud SCHLEGEL, 2009)

No que se refere à diferenciação de *opiniões dos internautas chilenos* em comparação ao restante da população, foram levadas em consideração as questões do *survey* Latinobarómetro que contemplam as seguintes dimensões: apoio à democracia, confiança em instituições, atitude liberal ou estatizante em economia, proximidade com a Igreja, sensibilidade social e temor à criminalidade.

Neste aspecto, no Chile houve diferenciação dos internautas em comparação ao restante da população em cinco quesitos: foi detectada alguma inclinação liberal, a partir de diferenças significativas nos quesitos sobre intervenção estatal e confiança em empresas privadas. Também apareceu uma inclinação secular, expressa pela maior desconfiança na Igreja e pela maior tolerância com o aborto (SCHLEGEL, 2009).

Tabela 14. Análise de Médias - Chile - Uso regular da Internet x Atitudes

	Usa a internet regularmente (i)	Não usa ou quase nunca (ii)	Diferença (i – ii) (com teste t)
Democracia é melhor forma de governo	0,523	0,464	- 0,060
Confiança no governo	0,470	0,457	+ 0,013
Confiança no Congresso	0,333	0,273	+ 0,060²
Confiança no Judiciário	0,241	0,207	+ 0,034
Confiança nas Forças Armadas	0,646	0,638	+ 0,008
Confiança em empresas privadas	0,475	0,337	+ 0,138³
Estado deve resolver maioria dos problemas	0,359	0,427	- 0,068²
As privatizações foram benéficas para o país	0,417	0,361	+ 0,057
Confiança na Igreja	0,658	0,730	- 0,072²
Aborto nunca é justificável	0,553	0,747	- 0,195³
Distribuição de renda é muito injusta no país	0,434	0,458	- 0,024
Medo de ser vítima de crime todo o tempo	0,334	0,382	- 0,048

Fonte: Latinobarómetro (2007 apud SCHLEGEL, 2009)

Significância até $p \leq 0,05$

Significância até $p \leq 0,001$

Os dados da *Quinta Encuesta Nacional UDP 2009* analisados por Arriagada e Schuster (2010) apontam que o segmento de pessoas que utilizam a rede como principal fonte de informação política no Chile coincide com os

leitores da imprensa escrita no que tange ao nível educacional, que é maior em comparação à população em geral, e conta com uma forte presença de pessoas dos setores médio-altos. Não obstante, seu perfil etário e religioso é completamente distinto, pois se trata de um grupo no qual predominam os jovens e em que existe a menor quantidade de pessoas que professam uma religião em comparação aos consumidores de outros meios analisados.

2. Contextualização do pleito presidencial de 2009

Buscamos neste tópico introduzir o estudo de caso chileno discutindo o ambiente no qual a campanha eleitoral de 2009 ocorreu, procurando retomar elementos contextuais anteriores, sem os quais a eleição de 2009 se torna incompreensível.

Analisando o sistema partidário chileno, Boas (2008) enfatiza que no contexto da América Latina, o Chile é um dos países no qual os partidos políticos tendem a ter posições políticas claramente identificáveis no espectro ideológico, embora estas posições tenham se modificado ao longo do tempo.

O sistema partidário no Chile apresenta um grau bastante elevado de estabilidade. Dentre as grandes agremiações estão o Partido Socialista (PS), o Partido Demócrata Cristão (PDC) e o Partido Radical Social Demócrata (PRSD), os quais se originaram anteriormente ao golpe de 1973; o Partido da Renovação Nacional (RN) e o Partido para a Democracia (PPD) foram instituídos no final de 1980, frutos de reorganizações de forças políticas pré-1973 e a União Democrática Independente (UDI) foi formada em 1988 por um grupo defensor de Pinochet que se separou do RN. Ao contrário da Argentina, por exemplo, não há exemplos no Chile de agremiações criadas com a finalidade de disputar eleições.

Nas eleições presidenciais chilenas comumente os principais candidatos formam coligações. As duas grandes coligações chilenas foram organizadas em lados opostos no plebiscito de 1988, que pôs fim à ditadura militar de Pinochet e marcou o início de eleições democráticas no ano

seguinte: a coalizão de centro-esquerda, *Concertación de Partidos por la Democracia*, composta pelo PS, PDC, PRSD e PPD, e a coalizão de direita, conhecida por *Alianza por Chile*, que reúne UDI e RN.

Do ponto de vista econômico, o Chile apresentou um cenário de crescimento com controle inflacionário, em especial das indústrias associadas ao setor exportador, estando próximo a atingir níveis de produto per capita similares a países de nível médio pertencentes à OCDE (FMI, 2009 apud WEIBEL, 2011), além de que houve uma redução da pobreza de 45 a 13% no período de 1990 a 2006 (MIDEPLAN, 2006 apud WEIBEL, 2011). Contudo, esta realidade contrasta com a existência de desigualdades e desafios de outras ordens, como no que tange à distribuição de renda, à questão ambiental, energética, à inclusão social, dentre outras:

Esta realidad, en principio auspiciosa, contrasta con la existencia de rezagos de distinta profundidad asociados a la inclusión y protección social, la participación política, la institucionalidad regulatoria, la creación de capacidades tecnológicas nacionales, el ordenamiento territorial, la protección del medioambiente y el desarrollo sustentable de energías, entre otros aspectos prioritarios. De hecho, según el PNUD Chile es el décimo país con la peor distribución del ingreso del mundo (PNUD, 2005 apud WEIBEL, 2011).

Após duas décadas de governo da coalizão de centro-esquerda *Concertación* (1989-2009), a eleição presidencial de 2009 representou a ascensão da direita ao poder com a vitória do empresário milionário Sebastián Piñera, da *Coalición por el Cambio*. Esta foi a primeira conquista democrática nas urnas deste setor desde a eleição de Jorge Alessandri Rodríguez em 1958 e a única desde que o voto se tornou universal em 1962, com a inclusão dos analfabetos (WEIBEL, 2011).

Apesar da socialista e concertacionista Michelle Bachelet (2006-2010) encerrar seu governo com uma aprovação de 83%, não se verificou transferência de voto ao candidato oficial, o senador Eduardo Frei, principalmente pelo fato de que a centro-esquerda se apresentou dividida no pleito de 2009. A eleição ocorreu ao final de um extenso processo de

desmembramento do oficialismo, processo que se iniciou em meados do governo de Bachelet (WEIBEL, 2011).

Na visão de Bunker e Navia (2010) Piñera foi eleito “al menos em parte debido a que los votantes decidieron castigar a la Concertación más que a premiar a la Coalición por el Cambio”, pois a derrota da *Concertación* foi atribuída a problemas internos com os partidos políticos que a compõe.

Piñera, um empresário filiado ao partido *Renovación Nacional* (RN), já havia se candidatado a presidente em 2005, ocasião em que a direita se apresentou ao pleito dividida, pois a UDI também lançou a candidatura de Joaquín Lavín. Piñera chegou ao segundo turno, mas foi derrotado pela candidata da *Concertación*, Michelle Bachelet (BUNKER; NAVIA, 2010).

A ausência de unidade da direita no pleito de 2005 fez com que RN e UDI se articulassem em torno de uma candidatura única para 2009, pois naquela ocasião a soma de votos de Piñera (25,4%) e Lavín (23,2%) havia superado a porcentagem de votos obtidos pela *Concertación* no primeiro turno, quando Bachelet atingiu 45,96%. Não obstante às disputas internas entre as duas agremiações (RN e UDI), Piñera logrou êxito em apresentar-se como candidato único da direita, principalmente após a divulgação de pesquisas de intenção de voto, nas quais figurava como o candidato mais forte.

No pleito de 2009 foi a vez da *Concertación* cometer o mesmo equívoco da *Alianza* em 2005. A coalizão de centro-esquerda pela primeira vez apareceu dividida, pois três dos quatro candidatos que postularam à presidência pertenciam ou haviam pertencido recentemente à *Concertación*. As análises apontam que a divisão da *Concertación* deveu-se à ausência de democracia interna, como efeito da rigidez estrutural na tomada de decisões, especialmente no que tange à escolha dos candidatos. Em longo prazo, esta estratégia conduziu a um desgaste na relação entre os partidos que compunham a coalizão (BUNKER; NAVIA, 2010).

As divisões internas da *Concertación* culminaram em três candidaturas presidenciais da centro-esquerda, como resultado do processo *top-down* de escolha do candidato presidencial, visto que a cúpula da coalizão se negou a realizar primárias para a escolha do candidato oficial para a disputa de 2009. Deste modo, os então socialistas Marco Enríquez Ominami e Jorge Arrate renunciaram à *Concertación* para competir à Presidência da República. Arrate ingressou em outra coligação, enquanto Ominami, que era deputado, lançou-se na condição de candidato independente.

Assim, quatro candidatos apresentaram-se na competição presidencial de 2009: Sebastián Piñera representando a *Coalición por el Cambio*, Eduardo Frei representando a situacionista *Concertación*, Jorge Arrate a lista extra-parlamentar de esquerda *Juntos Podemos Más* (JPM), formada pelo Partido Comunista (PCCH) e Partido Humanista (PH) e Marco Enríquez Ominami apresentou-se como candidato independente (BUNKER; NAVIA, 2010).

A lei eleitoral chilena exige 36.000 assinaturas (0,5% dos votos válidos emitidos na eleição presidencial imediatamente anterior) para a inscrição de uma candidatura independente. Após poucos meses de campanha, Ominami apresentou mais de 70.000 mil assinaturas em respaldo à sua candidatura, um recorde absoluto para um candidato independente. Além de uma ampla estratégia de comunicação, o êxito de sua campanha foi associado ao elevado número de dissidentes da *Concertación*, pois muitos senadores, deputados e militantes renunciaram aos partidos que a compõe, em especial ao PS (BUNKER; NAVIA, 2010).

Na eleição presidencial de 13 de dezembro de 2009 votaram 7.221.888 pessoas, do total de 8.285.186 inscritas nos registros eleitorais, ou seja, 87,2% dos eleitores compareceram às urnas, cujo resultado foi o seguinte: Piñera obteve maioria relativa, com 44,1% dos votos, Frei recebeu 29,6%, Enríquez Ominami logrou 20,1% e Arrate alcançou 6,2% dos votos. Considerando que nenhum dos candidatos obteve maioria absoluta, os dois candidatos com maiores votações competiram em um segundo turno em 17 de

janeiro de 2010, quando foi eleito Sebastián Piñera com 51,6% dos votos, superando o candidato situacionista Frei, que obteve 48,4% dos votos.

Tabela 15. Resultados do primeiro turno - eleições chilenas

Candidato	Partido	Coligação	Votos	%
Sebastián Piñera Echenique	Renovación Nacional	Coalición por el Cambio	3.074.164	 44,06%
Eduardo Frei Ruiz-Tagle	Democracia Cristiana	Concertación	2.065.061	 29,60%
Marco Enríquez Ominami	Independente	Nueva Mayoría para Chile	1.405.124	 20,14%
Jorge Arrate	Partido Comunista	Juntos Podemos Más	433.195	 6,21%
Total de votos válidos			6.977.544	96,05%
Votos nulos			200.420	2,76%
Votos em branco			86.172	1,19%
Total de sufrágios emitidos			7.264.136	100% de mesas
Total de inscritos			8.285.186	Abstención: 12,32%

Fonte: Resultados oficiais do *Tribunal Calificador de Elecciones (Tricel)* publicados no *Diario oficial* de 29 de dezembro citados na Wikipedia

Sebastián Piñera foi eleito presidente com a menor votação quantitativa (3,5 milhões) desde a recuperação da democracia em 1990 (WEIBEL, 2011).

Para Bunker e Navia (2010), com 20,1% Ominami “logró dividir al electorado de la centro-izquierda tan profundamente que la Concertación no pudo replicar su histórica cohesión y ganar en segunda vuelta” (BUNKER; NAVIA, 2010).

Gráfico 8. Resultados eleitorais. Eleições presidenciais, Chile, Primeiro turno, 2009



■ SEBASTIÁN PIÑERA ■ EDUARDO FREI ■ MARCO ENRÍQUEZ OMINAMI ■ JORGE ARRATE

Fonte: Elaboração própria, com dados do Ministério do Interior

Recorremos aos dados da *Encuesta Nacional UDP 2009* apresentados por Bunker e Navia (2010) e Morales (2010), para analisar quais fatores institucionais, sociodemográficos, políticos e ideológicos influenciaram nas preferências dos eleitores chilenos.

Analisando os resultados das modelações estatísticas *probit* (tabela 17) oriundas da *Encuesta Nacional UDP 2009*, Morales (2010) chama a atenção para o fato de que tanto idade como nível socioeconômico são preditores robustos do voto em Frei e Ominami. Analisando a base eleitoral dos candidatos no quesito *faixa etária*, enquanto o candidato situacionista conquistou um respaldo significativo da população de idade mais avançada (61 anos ou mais), Ominami angariou votos dos setores jovens.

Tabela 16. Determinantes do apoio aos candidatos presidenciais, primeiro turno 2009

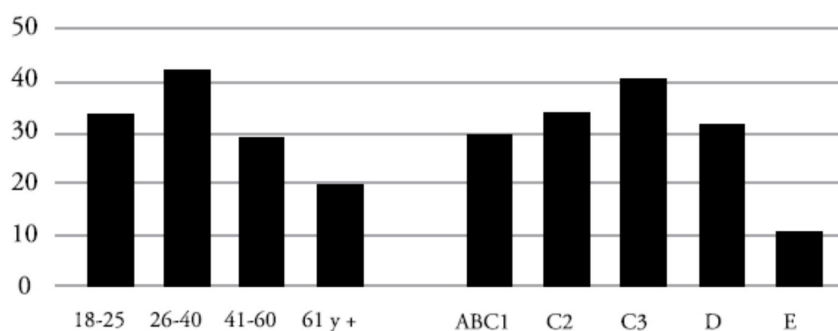
	Piñera	Frei	Enr.-O	Arrate
Sexo (1=mujer, 0=hombre)	0,036 (0,25)	0,121 (0,87)	-0,250 (1,74)	0,092 (0,42)
Edad	-0,001 (0,13)	0,014 (3,11)**	-0,013 (2,59)**	-0,020 (2,52)*
Ingresos	0,037 (0,80)	-0,113 (2,65)**	0,408 (2,08)*	0,215 (2,94)**
Cuadrática de ingresos			-0,049 (2,27)*	
Escala política (1=izquierda; 10=derecha)	0,391 (10,57)**	-0,250 (6,84)*	-0,096 (2,82)**	-0,195 (3,35)**
Religión (1=católica; 0=resto)	0,019 (0,13)	0,252 (1,70)	0,155 (1,03)	-0,471 (2,21)*
Zona (1=Santiago; 0=regiones)	-0,035 (0,23)	-0,118 (0,80)	0,044 (0,29)	0,319 (1,43)
Constante	-2,808 (6,22)**	0,155 (0,37)	-0,258 (0,45)	-0,840 (1,18)
Observaciones	451	451	451	451
Pseudo R2	0,264	0,155	0,056	0,201

Fonte: Dados da Encuesta Nacional UDP 2009 apud Morales (2010)

No quesito *nível socioeconômico*, Frei obtém forte respaldo do segmento E, enquanto seus apoios são baixos nos grupos ABC1, C2 e C3. Já Enríquez Ominami tem um comportamento quadrático no que tange à renda, o que significa que possui maior apoio dos eleitores de níveis socioeconômicos médios. De acordo com Morales (2010), isto demonstra que é Ominami quem obtém o apoio dos eleitores da *Concertación* em termos de nível socioeconômico, pois obtém maior apoio nos segmentos de nível médio. Já Piñera captura votação dos extremos do IDH: obtém melhores resultados tanto entre os mais ricos como entre os mais pobres, ainda que seu desempenho seja melhor entre os mais ricos; o apoio a Piñera é significativo nos segmentos ABC1, declinante nos C2 e C3 e volta a subir no segmento D.

Morales (2010), Bunker e Navia (2010), analisando os dados oficiais, afirmam que Ominami supera Frei em dois setores ligados tradicionalmente à *Concertación*: C2 e C3. Possivelmente em resposta à penetração de Ominami nos setores médios, Frei implementou uma estratégia para fortalecer sua base de apoio nos setores mais baixos, D e E, e obteve melhor desempenho com os segmentos mais pobres do eleitorado.

Gráfico 9. Intenção de voto por Ominami conforme idade e nível socioeconômico



Fonte: Dados da Encuesta Nacional UDP 2009 apud Morales, 2010

Enríquez Ominami adentrou em setores da classe média urbana, e também entrou com força em zonas tradicionalmente esquerdistas do norte do país. Por sua vez, Frei manteve o apoio nas zonas rurais do sul do país, onde o voto concertacionista se mostrou forte nas duas últimas décadas (BUNKER; NAVIA, 2010).

Tabela 17. Preferências eleitorais de acordo com características sócio-demográficas

	Arrate %	ME-O %	Frei %	Piñera %	Total %
SEXO					
Hombre	4,1	22,5	20,4	28,6	636 (48,8%)
Mujer	3,9	18,7	17,8	31,9	667 (51,2%)
EDAD					
18-29	5,6	28,2	10,5	33,3	354 (27,2%)
30-45	4,4	22,5	19,2	27,9	427 (32,8%)
46-60	2,6	15,5	20,7	32,7	309 (23,8%)
61 y más	1,9	10,9	31,3	27,5	271 (16,2%)
NIVEL SOCIOECONÓMICO					
ABC1	4,7	14,1	14,1	42,2	64 (4,9%)
C2	5,4	18,9	15,5	30,4	148 (11,3%)
C3	4,6	21,5	19,0	28,6	590 (45,2%)
D	2,5	20,4	21,3	31,3	480 (36,8%)
E	4,5	22,7	13,6	18,2	22 (1,7%)
ZONA					
Norte	3,1	25,2	15,9	29,7	290 (22,3%)
Centro (Metropolitana)	4,2	18,9	22,6	32,5	456 (35%)
Sur	4,3	19,6	18,0	29,1	557 (42,7%)
TOTAL*	3,9	20,5	19,1	30,4	1301 (100%)

Fonte: Encuesta Nacional UDP 2009 apud Bunker; Navia, 2010

Os estudos das *características políticas* dos eleitores demonstram que o voto dos chilenos nos candidatos teve associação com as ideologias e coalizões que representavam. Aqueles que se identificavam com a direita (14,3%) apoiaram decididamente a Piñera (80,1%). Entre os que se identificavam com o centro, o apoio se dividiu igualmente a Frei, Ominami e Piñera. Entre os eleitores de esquerda (21%), Frei obteve maior apoio (38,1%), seguido de perto por Ominami (30,4%). Entre aqueles que não se identificavam com nenhum destes três setores, Piñera obtém o maior apoio (28%), seguido de Ominami (20,1%). Enfatizam Bunker e Navia (2010) que a soma de apoio aos três candidatos de centro-esquerda supera a Piñera entre aqueles que não se identificam com nenhum setor.

Tabela 18. Preferências eleitorais de acordo com características políticas

	Arrate	ME-O	Frei	Piñera	Otros/no vota no sabe/no contesta	Total
POSICIÓN IDEOLÓGICA						
Derecha	1,6	7,5	4,3	80,1	6,5	186 (14,3%)
Centro	3,0	26,1	29,1	25,2	16,6	230 (17,7%)
Izquierda	9,9	30,4	38,1	8,1	13,5	273 (21,0%)
Ninguno	2,1	20,1	11,0	28,0	38,8	517 (39,8)
COALICIÓN POLÍTICA						
Coalición por el Cambio	1,9	9,0	3,2	78,8	7,1	156 (12,0%)
Concertación	3,4	24,5	45,3	13,1	13,7	298 (22,9%)
Juntos Podemos	19,5	4	16,3	17,4	6,6	92 (7,1%)
Ninguno	2,6	20,4	12,2	29,7	35,1	656 (50,3%)
APROBACIÓN PRESIDENCIAL						
Aprueba	3,8	23,4	21,6	27,1	24,1	1091 (83,6%)
Desaprueba	5,1	8,0	4,3	57,2	25,4	138 (10,6%)
Total*	3,9	20,5	19,1	30,4	26,1	1301(100%)

Fonte: Encuesta Nacional UDP 2009 apud Bunker; Navia (2010)

Estes dados demonstram que grande parte do apoio de Ominami foi de eleitores tradicionalmente associados à *Concertación*, contudo suas bases eleitorais transcenderam o eleitorado concertacionista. Ominami obteve o maior apoio entre aqueles identificados com a coalizão *Juntos Podemos*, superando Arrate, o candidato oficial desta coalizão.

Finalmente, a variável *aprovação presidencial* não foi significativa, pois apesar do fato de Bachelet dispor de uma enorme aprovação (83,6%), o

candidato oficial do governo não logrou êxito. Surpreendentemente, entre aqueles que aprovavam a gestão de Bachelet, o candidato oficial aparecia em terceiro lugar. Tanto Piñera quanto Ominami superavam Frei entre aqueles que aprovavam o desempenho de Bachelet como presidente (BUNKER; NAVIA, 2010).

No que tange à conduta do eleitor chileno em 2009 em comparação ao pleito de 2005, observa-se que 80% dos eleitores que apoiaram Piñera em 2005 voltaram a respaldá-lo em 2009, embora 8% tenham migrado para Enríquez Ominami. Contudo, somente 37% daqueles que votaram em Bachelet em 2005 apoiaram Frei, o candidato oficial do governo, 22% apoiou Ominami, 4% Arrate e 16% Piñera. Nota-se, portanto, que não houve transferência do voto de Bachelet para o candidato oficial do governo, devido à divisão da *Coalición*, fato que gerou dispersão do eleitorado concertacionista (MORALES, 2010).

Portanto, Enríquez Ominami mostrou maior sintonia com os jovens e estratos médios, justamente os maiores usuários da Internet. A base eleitoral de Marco Enríquez Ominami foi difusa. Enquanto para os demais candidatos se identificavam claros nichos de apoio, Ominami recolheu votos de onde pode, sem consolidar uma base robusta. Tal fato foi condizente com sua qualidade de candidato independente, portador de um discurso que tendeu a atrair votos de pessoas descontentes com a política, em particular simpatizantes da *Concertación* críticos ao governo.

En un país tradicionalmente politizado como Chile, es extraño que un candidato independiente obtenga una votación tan alta. Pero las características de la gente que votó por Enríquez-Ominami nos ayudan a entender esta excepción electoral histórica. La gente que votó por ME-O no pertenece a un grupo de intereses comunes o a una plataforma de ideologías únicas (BUNKER; NAVIA, 2010, p. 130).

O voto em Ominami foi altamente volátil, baseado mais fortemente em *issues* ou reivindicações pontuais do que em convicções ideológicas profundas. Na avaliação de Bunker e Navia (2010), o êxito de Ominami deve

ser entendido como um apoio de uma porcentagem importante do eleitorado à sua mensagem de renovação.

Com seu discurso de mudança, conseguiu captar votos dos eleitores críticos à *Concertación*, mas que não almejavam a direita no poder. Embora não tenha logrado êxito eleitoral, Marco Enríquez Ominami obteve uma importante vitória política (assim como Marina Silva no pleito brasileiro em 2010, conforme discutiremos no próximo capítulo).

Marco Enríquez Ominami tratou-se de um candidato de 36 anos com muita destreza no uso da Web 2.0, interagindo com o público não apenas por meio de sua página oficial, mas também por intermédio das redes sociais, como Twitter e Facebook, onde contou com inúmeros simpatizantes distribuídos em dezenas de grupos (ARRIAGADA, 2010).

Sendo extremamente jovem e cineasta, o presidenciável chileno já era afeito às linguagens técnicas e midiáticas. Ominami dirigiu diversos filmes e documentários, alguns deles premiados internacionalmente, foi também produtor de muitos spots publicitários, foi debatedor em muitos programas de TV e rádio, presidiu a *Fundación ChileMedios* e coordenou diversas campanhas eleitorais no Chile, México e Perú.

Sua campanha web em 2009 foi coordenada pela empresa CEO de Orelworks, especializada em publicidade na Internet e já se inicia na angariação de assinaturas para a inscrição de sua candidatura independente. Aos moldes de Obama, Ominami também realizou angariação de recursos por meio de sua web e disponibilizou prestação de contas aos cidadãos.

A Internet, tal como ocorre com as demais mídias, pode estar sujeita à regulação nos processos eleitorais, e é importante levarmos em conta as restrições em relação ao uso da Internet a que os atores políticos estavam sujeitos no pleito de 2009.

Analisando a legislação vigente no pleito, a *Ley Orgánica Constitucional sobre Votaciones Electorales y Escrutinios* (1988 atualizada em

2003) e a Lei 19.884 (2003) sobre Transparência, Limite e Controle do Gasto Eleitoral, verificamos que no que tange à Internet não há regulamentação.

Na seção seguinte apresentamos a análise do fórum de discussão de programa de governo do *website* de Enríquez Ominami.

The image is a screenshot of the website 'Marco por ti' (Marco for you), the official site of Marco Enríquez Ominami's 2010 presidential campaign. The page features a blue header with the campaign logo and a quote from Ominami: 'Miles de personas han firmado para hacer realidad los sueños de un nuevo Chile.' Below the header, there is a navigation menu and a main content area. The main article is dated '26 de Abril de 2009' and is titled 'Enríquez-Ominami llega a la barrera de los dos dígitos'. The article text states: 'El diputado PS lograría 10% de las preferencias en una primera vuelta. En un escenario de segunda ronda, Eduardo Frei (39%) acorta a cuatro puntos la distancia con Sebastián Piñera (43%).' To the right of the article is a bar chart showing the results of a survey from 'Centro de Encuestas La Serna'. The chart has three bars: Piñera at 35% (blue bar with a downward arrow), Frei at 28% (blue bar), and Enríquez-Ominami at 10% (pink bar with an upward arrow). The text 'SIGUE EN VIVO EL ACTO DE CLAUSURA DESDE LAS 17:45 HRS POR DESDE CONCEPCION LA FIESTA DEL NUEVO CHILE' is visible in a red and white box on the right side of the page.

Candidate	Percentage
PIÑERA	35%
FREI	28%
ENRÍQUEZ-OMINAMI	10%

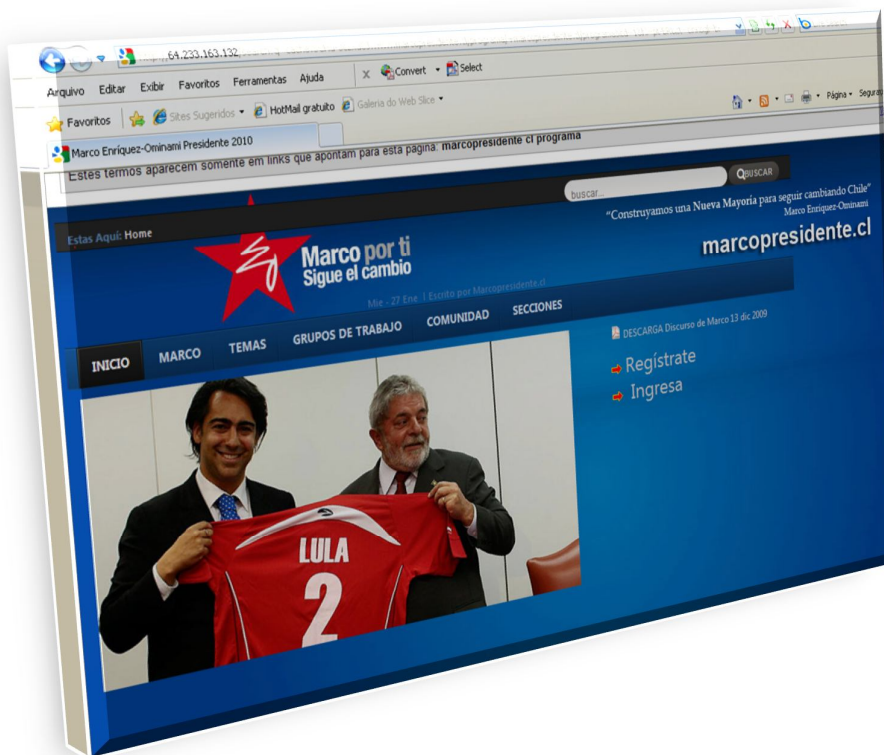
3. A plataforma interativa de programa de governo do website de Ominami: apresentação e análise dos dados

A plataforma para produção colaborativa de um programa de governo para o Chile bicentenário foi disponibilizada no *website* oficial da candidatura de Marco Enríquez Ominami à presidência e contou com uma estrutura e *layout* similares aos de redes sociais.

O internauta deveria criar um perfil por meio do preenchimento de um cadastro com diversas informações, tais como: correio eletrônico, profissão, endereço, número de celular, etc., mas oferecia vários níveis de controle de privacidade, pois na ocasião do cadastramento o usuário escolhia os campos que seriam visíveis em seu perfil. Podia também personalizar o perfil inserindo uma foto pessoal ou escolhendo um ícone.

O fórum de Ominami contou com vários grupos de trabalho, disponibilizou enquetes e um muro de comentários livres, realizou diversas consultas pontuais sobre temas de campanha (*¿Qué le dirías a Marco para enfrentar lo que queda de campaña?, ¿Qué consejo le darías a Marco para encarar los debates presidenciales?, ¿Porqué no votarás por Eduardo Frei?, ¿Por qué no votas por Sebastián Piñera?*) e orientou os debates programáticos a partir de diversos eixos temáticos: economia, democracia, direitos humanos, direitos civis, direitos dos trabalhadores, modernização do Estado, transparência, educação, saúde, direitos dos consumidores, recursos naturais, desenvolvimento, entre outros.

Figura 6. Imagem do website eleitoral de Marco Enríquez Ominami, 2009



<http://marcopresidente.cl/programa>

A seguir apresentamos a análise empírica, cujo *corpus* foi constituído pelas mensagens postadas no fórum de debate de programa de

governo durante a campanha eleitoral do candidato Marco Enríquez Ominami Gumucio (n=975).

3.1 Constrangimentos e incentivos à participação no fórum *online*

Procedendo da mesma maneira como no capítulo anterior, no quesito constrangimentos e incentivos à participação dos cidadãos, o fórum de Ominami foi analisado no intuito de identificar o perfil do gerenciamento por parte do *staff* da campanha, as regras formais e informais que regeram os debates online, os papéis dos moderadores (Gestor, Árbitro ou Mediador) e o nível de controle exercido pelos mesmos. Buscou-se verificar, ainda, se havia sensação ou evidência de censura no interior dos mesmos.

No que se refere às regras formais, o fórum de discussão sobre propostas de governo do *website* de Marco Enríquez Ominami era fechado, ou seja, exigia um cadastro para a participação, cujos dados obrigatórios eram nome, email, profissão, endereço e telefone. O fórum de Ominami não publicou regras explícitas de participação e teve um formato pós-moderado, ou seja, as mensagens eram publicadas e estavam sujeitas a exclusão *a posteriori* pela equipe de campanha.

No que tange à moderação, no fórum de Marco Enríquez Ominami os moderadores cumpriram o papel de gestores, considerando que atuaram no sentido de organizar o fórum, realizaram o processo de agendamento de temas em torno de eixos; desenvolveram também a função de mediadores, pois a equipe de trabalho do portal Marco presidente realizou a sistematização de diversas propostas dispersas no fórum em um relatório a partir de uma seleção das publicações. Assim, a partir da mediação realizada no vetor internautas → candidato o presidencialável pôde conhecer propostas de políticas e anseios dos cidadãos. No sentido inverso, ou seja, no vetor candidato → cidadãos, não resultou clara a posição do candidato sobre diversos temas abordados no fórum, pois a compilação das propostas não significou a sua

incorporação ao programa de governo do candidato, nem tais contribuições cidadãos correspondiam necessariamente à visão do candidato:

Las opiniones aquí recopiladas no necesariamente representan la opinión o el sentir de Marco Enríquez-Ominami o de los miembros de su equipo central de campaña, ni corresponden al Programa Oficial de esta candidatura. [...] Los contenidos son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores (Documento electrónico - recopilación, *website* de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Apesar de não esclarecer as propostas que seriam incorporadas a um possível programa de governo do candidato e sua tomada de posição quanto a determinados temas abordados no fórum, a publicação demonstrou aos internautas que as mensagens estavam sendo lidas pela coordenação da campanha.

A publicação de mensagens do próprio candidato no fórum (ou de membros da equipe em seu nome), bem como a postagem de respostas aos internautas contribuíram para a sensação de *feedback*, demonstrando aos participantes que o *staff* estava presente na discussão:

La verdad es que soy una mujer de izquierda, profesora y que ando mirando el escenario político para definir mi voto, en relación a tu propuesta en Educación los enunciados me parecen bastante válidos, pero siento que falta más desarrollo, más profundización de cada aspecto. [...] Una preocupación, se sabe que en dictadura los profesores fuimos muy maltratados en todos los aspectos, el estatuto fue un marco regulatorio que nos devolvió algunos derechos, mi inquietud es ¿Con qué actores se desarrollaría el nuevo Marco Regulatorio Docente?, porque lo que uno ve es que hasta ahora la participación solo es una fachada, inexistente, se convoca, se pide opinión, pero finalmente no se considera y por último sería muy bueno definir que se entiende por Educación Pública, porque al parecer no todos entendemos lo mismo. (sic.). (Mensaje postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Hola L., formo parte del panel que propone documentos sobre educación escolar, de Marco. Con respecto a tu consulta de cambios en el estatuto docente, estos es que los docentes tienen 2 sistemas de regulación laboral, uno privado regido por el código del trabajo y el otro por el Estatuto Docente, Siendo que ambos grupos de profesores son financiados por el Estado y a su vez el mismo fin común que es la educación de los niños y niñas de Chile (Municipal y subvencionado) lo lógico que tengan el mismo régimen jurídico. Eso sí, ésto debe ser en consenso con el Colegio de Profesores y sindicatos representados. Pero la propuesta se pone en la mesa. (sic.). (Mensaje postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

O próprio candidato Marco Enríquez Ominami também postava mensagens no fórum de debates e participava periodicamente das ferramentas Web 2.0, como ilustra este *post*:

2010, del cuoteo a la diversidad. Desde la recuperación de la democracia, a principios de los 90, la política ha modelado sus instituciones siguiendo un estricto patrón de cuotas. Cuotas entre partidos de la coalición gobernante para la distribución de ministerios, subsecretarías, cargos, nombramientos, contrataciones y subcontrataciones. [...] Esta distribución, se ha presentado como “mantención de equilibrios” e incluso hay los osados que dan en llamarla “pluralismo”. Pero, como hemos planteado en más de una oportunidad, la lógica de la transición, que justificó dicho esquema de repartición del poder en las distintas esferas de la sociedad, está haciendo agua desde hace mucho rato. Vivimos como crisis sectoriales la explosión de conflictos en las más diversas esferas de lo público, sin darnos el tiempo de mirarlas como lo que son: la manifestación del agotamiento de un ciclo político y del acuerdo social que lo sustentó. La crisis de un sistema de administración del poder basado en cuoteo y la cultura organizacional del “barrer bajo la alfombra”.

Artistas, escritores, pensadores, críticos, pueblos originarios, emos, pockemones, pingüinos, ecologistas, animalistas, músicos, pobladores, son algunas de las miles de expresiones de vida que -teniendo fuerza y presencia en la sociedad y la cultura- no están representadas hoy en el parlamento ¿pueden entonces sentirse representadas en los nombramientos que decide el Congreso a imagen y semejanza de sus comités partidarios? ¿Podemos hablar de diversidad cuando las instituciones se gobiernan y se piensan desde un sector pequeño de “iluminados” normalmente desconectados de la realidad viva de la sociedad?

Para el ciclo que comienza, cuando hablemos de cuotas lo haremos para incluir a los postergados, a los marginados y a los excluidos. Cuando hablemos de instituciones, hablaremos de movilidad, de oportunidades en vez de privilegios, de pragmatismo, de responsabilidad, de premio al mérito y de libertad. Estamos convencidos que generación del bicentenario está lista y la fuerza que representa se hará cargo de robustecer la democracia y abrirle paso a la diversidad. **Marco.** (Mensaje do candidato postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

A participação direta do candidato resultou em um aspecto positivo. De acordo com Arriagada (2010), o correto equilíbrio entre um trabalho administrado por profissionais da área e uma participação pessoal do candidato “es lo que le otorgó mayor frescura, más humanismo y atrapó a sus seguidores que vieron en el Ominami de carne y hueso un candidato real y no acartonado”.

No tocante às funções de árbitro, embora tenha sido evidente que os moderadores tenham empreendido tais funções, pois verificou-se que uma parcela de mensagens foi removida, a partir da análise empreendida constatou-se que o fórum do presidencialismo chileno foi complacente a comentários críticos:

Parece tentador lo que escribes Marco, pero me parece utópico y falso. Me parece utópico porque quién quiera que llegue al gobierno obviamente se rodeará de las personas a las que conoce, en las que confía y estoy seguro que te pasaría a ti también si algún día llegaras a ese cargo. No veo nada malo en este comportamiento. Lo que si condeno es que basándose en ese comportamiento se olvide de la razón de ser de un gobierno, cual es, de acuerdo a mi ética, el servir honesta y desinteresadamente a todos los ciudadanos, teniendo como único norte el servicio público que es muy distinto de servirse de lo público. Creo que es falso lo que escribes porque si bien es cierto que probablemente no están directamente representados todos los sectores, las personas que nos gobiernan han sido elegidas democráticamente y por tanto nos representan a todos. Creo que es falaz lo que escribes, porque deslizas que habrían minorías no representadas, lo que supuestamente tú o tu movimiento repararían. Eso desde mi punto de vista es una falacea. Siempre habrán minorías que no están directamente representadas. (sic.). (Mensaje postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Pero no seas igual que todos. Si de verdad quieres hacer algo nuevo, iniciativa que todos los chilenos valoramos y deseamos, explícanos claramente lo que vas a hacer. Hablar de equidad, justicia , etc, etc.. es el bla bla de todos los politicos del mundo. Incluso de los más progresistas, pero una vez en el poder se dan cuenta que las trabas son muchas y todo queda en nada, quimeras e ilusiones bordadas de promesas. (sic). (Mensaje postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Como marxista, obviamente sólo vengo a discutir cosas a corto plazo aquí, porque ud. supongo no es marxista. Sin embargo, me parece muy vago su planteamiento en este punto que lo encuentro muy importante. La economía solidaria se crea al permitir la redistribución justa del capital a los productores directos, con una reforma agraria, la reaparición de las cooperativas como forma de organización de los trabajadores y si hablamos en terminos progres, un área de economía mixta. (sic). (Mensaje postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Marco tu discurso con respecto a este tema creo que es un poco populista me gustaría que fueras mas incisivo en este área y abarcar, por ejemplo el tema de la subencion que se manipula, o en el área universitaria, la cual me parece muy reidiula estar pagando un credito por años o mas. (sic.). (Mensaje postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

3.2 Inclusividade, Diversidade da Participação e Reciprocidade do Debate

Em conformidade com os critérios de análise da inclusividade e diversidade da participação adotados neste estudo, mensuramos a concentração e o número de mensagens postadas por participante.

Parte da literatura internacional que analisa fóruns relata monopolização da participação: Schneider (1997, p. 85) em seu estudo de um fórum sobre aborto (talk.abortion), afirma que a participação foi "dramaticamente desigual", pois mais de 80% das mensagens foram postadas por menos de 5% dos participantes; a concentração da participação foi detectada, ainda, nos fóruns deliberativos franceses analisados por Wojcik (2007) e por Davis (1999) nos fóruns Usenet. Tais dados contrastam com os achados de pesquisa de Sampaio, Maia e Marques (2010), na análise do fórum do Orçamento Participativo Digital de Belo Horizonte e de Mendonça e Pereira (2011) na avaliação do fórum *VotenaWeb*, espaços onde não se verificou monopolização da participação.

A partir de nossa análise empírica, verificamos que o fórum de Marco Enríquez Ominami teve um percentual considerável de internautas que postaram de 2 a 5 mensagens (42%) e não foi monopolizado por poucos participantes, pois apenas 3 postadores ficaram no grupo de 6 a 10 posts (2 com 9 e 1 com 10 mensagens), 10 participantes enviaram 5 mensagens e 22 postaram 4 mensagens.

Buscamos, ainda, verificar a apropriação do fórum para a troca pública de razões e conversação civil, o que envolve reciprocidade da discussão. E para avaliar a reciprocidade da discussão, verificamos se as propostas estavam suscitando debate entre os participantes do fórum ou se, pelo contrário, os internautas postavam suas mensagens sem demonstrar disposição em ler e comentar as propostas de outros participantes. Deste modo, todas as propostas que não envolveram algum tipo referência ou comentário foram classificadas

como *Monológicas* e todas aquelas que suscitaram algum tipo de debate, comentário ou resposta foram classificadas como *Dialógicas*. Cabe a ressalva de que neste estudo as mensagens consideradas dialógicas não incluem necessariamente um grau de reflexividade, visto que tal classificação pressupõe que os participantes estejam analisando criticamente seus próprios valores, por vezes abrindo mão deles em nome da força do melhor argumento de terceiros.

Neste quesito, o fórum do candidato Marco Enríquez Ominami foi consideravelmente mais dialógico em comparação ao de seu homônimo argentino, Alberto Rodríguez Saá, pois cerca de 35% das propostas ou mensagens do fórum do candidato chileno foram comentadas ou geraram algum tipo de referência por outros participantes, enquanto 11% do candidato argentino foram dialógicas, como vimos no capítulo anterior.

Desepcionado de su programa presidencial con excluyente Me he deseccionado de Marcos Enriquez Ominami, era el que mas posibilidades daba a las demandas de las minorias sexuales, hoy con sus respuestas y su programa presidencial al dejar excluido el matrimonio homosexual, le quita muchos votos, pues la población lgbt, tomara esto muy encuenta. Ya que éste señor ha usado el tema sin ningun compromiso real, es mas de lo mismo. lo ideal seria rallar el voto en diciembre. Me he deseccionado de todos estos politicos mediocres. O sea quieren imponer sus ideas de como uno debe vivir, y se niegan a cumplir nuestras demandas. Totalmente deseccionado del Programa presidencial que excluye el MATRIMONIO HOMOSEXUAL de su gobierno. Creo que perdera muchos votos con esto. Por no ser consecuente con lo que se comprometio con el movimiento homosexual. SEGUIMOS CON LA EXCLUSION. (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Cristián:

Marco no ha dicho que no está a favor de la unión civil entre homosexuales, solo ha dicho que el tema de la adopción de niños por parte de esas uniones civiles es un tema a debatir. (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Foi possível constatar que a reciprocidade da discussão fazia parte das preocupações de alguns participantes do fórum de Ominami, o que se evidencia em *posts* como estes:

En este Log nadie lee a nadie....si no utilizamos esta pantalla para relacionarnos y generar debate de ideas, y sólo lo hacemos para dar nuestra opinión ciega de las demás....estamos fritos. (sic.). (Mensaje postado no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Conuerdo con CG 😊. Para poder forear, minimo debemos leer lo que escribe el resto po jajajaj. (sic.). con que cara vamos a conversar estos temas si solo nos quedamos en la mera catarsis individualista. ojala vayamos nosotros solitos mejorando en este aspecto (y me incluyo por supuesto).(sic.) (Mensaje postado no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Primero que todo, felicitarlos por reivindicar la capacidad que todos los seres humanos tenemos de "escuchar" al otro, de poder atención plena al otro, porque eso es dignificar la relación social, que no es otra cosa que instituir nuevas formas de comunicación orientadas al entendimiento, requisito fundamental para una política por venir. (sic.). (Mensaje postado no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

3.3 Heterogeneidade e debate crítico racional

Para avaliar o grau de heterogeneidade no interior dos fóruns analisamos se ali se verificou diversidade de opiniões.

Em que pese a importância da heterogeneidade de argumentos, a tendência geral de grupos de discussão é exercer um papel de reforço. Como observa Dahlberg (2001), a própria lógica das comunidades virtuais é reunir pessoas com valores, interesses e preocupações semelhantes. Do mesmo modo, Wilhelm (1999) enfatiza que é esperado encontrar mais participantes dentro de um grupo de discussão com a mesma opinião sobre um tema político. A nosso ver, este argumento é especialmente válido em relação a fóruns de campanha, se aplicando muito mais a estes espaços do que a fóruns governamentais deliberativos de políticas públicas.

No interior do fórum de Marco Enríquez Ominami em 8% das mensagens encontramos diversidade de opiniões, como demonstra esta discussão sobre impostos:

IMPUESTOS. 1. Los impuestos que hay que subir son: - Royalty a la explotación de recursos naturales y tambien a los subproductos de dicha extraccion. - Impuestos a las utilidades de las instituciones financieras. -

Impuestos a las utilidades de las grandes empresas, y quitar todo tipo de franquicias, como la ley de donaciones. - Impuesto al lujo, todos los impuestos que paguen los bienes de uso común que se consideren lujosos, deberían ser el doble de IVA. Ejemplo, un automóvil biplaza debería pagar más impuesto que un sedán. Un auto de 65 millones debería pagar el doble de IVA que un auto de 8 millones. Un reloj de 350,000 debería pagar el doble de IVA que uno de 15,000. 2. Impuestos que se deben eliminar: - Impuesto específico a los combustibles. - Impuesto a los libros. - IVA a los artículos de primera necesidad, como medicinas, alimentos de la canasta básica y tecnología de salud. Se debería regular las utilidades de las empresas que se dediquen al rubro (precios fijados por el estado). 3. Quiénes no pagan impuestos y deben pagar. - La iglesia. (Canal 13 está exento de IVA por pertenecer a una corporación católica). (sic.). (Mensaje postado en foro online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

No seas tan drástico hombre. Creo que deberían aumentar impuestos en materia minera, forestal y aguas. Pero no en impuestos a las utilidades de éstas, eso es un doble impuesto. Se irían las grandes inversiones a países vecinos y como Chile tiene sus ingresos más duros en esta área no tardaríamos en buscar como comernos el cobre y los demás commodities. Además quieres eliminar las donaciones culturales? ¿que te pasa? en que mundo vives?..no sabes que en materia artística esta medida ha ayudado en gran medida a rescatar numerosos talentos?..que existan numerosos impuestos de este tipo. Impuesto al libro?..para tu información no hay impuesto al libro. Existe un impuesto nominativo a un grupo que cosas donde en ellas está el libro. De modo que tu explicación vá por "desglosar los impuestos a algunos insumos que ahora son básicos" (entre ellos el libro). No hay impuestos específicos en Chile. Lo que llamamos impuestos a los combustibles no son "específicos". Que sean específicos significa que toda la cosecha de los impuestos de dicho artículo de consumo vaya a parar a una "obra pública", como por ejemplo: escuelas, carreteras, hospitales, retenes, bomberos, etc. Esa ley de "Imp.Específicos" existió en el período del General Pinochet y fue sumamente buena, ya que con ella se construyó la carretera austral y colegios públicos. Hoy no sabemos en qué se ocupa. De modo que rebato tu postura y digo "Si al impuesto específico para hacer más colegios de excelencia". No te afanes tanto en el Canal 13 o la Iglesia. Ya que hay muchas otras entidades que no pagan impuestos, como el mismo estado y todas sus caras dependencias y muchos particulares como los más pobres de este país, y aquellos de la clase media acogidos al Subsidio DFLN°2 del año 59. (sic.). (Mensaje postado en foro online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Ou ainda neste diálogo:

Me avergüenzo de ser gay. Señores: Debo agradecer a Rolando Jiménez haber entendido que la homosexualidad es una aberración. Escuchando lo que dijo Ominami sobre la adopción gay y lo que publica MOVILH al respecto, comprendo que no se puede ser homosexual sin que la cabeza de un patológico giro de 180 grados. ¿Somos tontos o ya se instituyó que es lícito que nos metan el dedo en la boca? Estamos acostumbrados a que

este personajete de MOVILH, es decir, Jiménez refabrique la actualidad nacional a su antojo, negando de paso todo aquello que le reste presencia mediática y dinero concertacionista en los bolsillos. Mi amiga C. y yo no somos adeptos a Ominami, pero si MOVILH se empeña en denostar la campaña del candidato, tengan por seguro que les daremos nuestros votos. Nosotros y miles más de lesbianas y gay. Estaremos en contra de todo lo que mire, toque, huela e imagine Rolando Jiménez. (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Comentario respuesta. Debo decirte que tu comentario no es muy atinado. Ya que no homosexualidad no es una aberración, pues es una orientación sexual, así así determinado por los estudios que sea han hecho a nivel mundial. Hasblas mal de una institución que es el MOVILH, para nosotros es una de la organizaciones existentes mas serias en Chile, la cual le debemos mucho respeto. Además tus apreciaciones indican que no eres gay. Mas si eres un La Revolución de una Nueva Mayoría: Apuntes para un Programa de Gobierno de Chile Bicentenario homofobico, carente de información acerca de la homosexualidad, estas lleno de odio por dentro, te recomiendo acudir al sicologo. (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Debo decirte que tus apreciaciones hacia el Sr. Jimenez. estan llenas de odio y homofobia. Tus comentarios son antisociales para una persona que ha hecho mucho por las minorias sexuales en éste pais. Que ha llevado con la verdad a hacer comprender las distintas orientaciones sexuales que existen, y que grupos facticos intentan tapar y revertir. Tus odios conducen a que el día de mañana puedas tener a alguien de tu familia con una orientación distinta, pues seran otros tiempos para el, para que tenga un buen pasar. Todo esto gracias a este gran persona que es Sr. Rolando Jimenez y su comitiva y todos los gay de ésta generación, que estamos preparando un camino futuro para las nuevas generaciones. Debo decirte que los heterosexuales son muy duraznos a enterder que existen otras orientaciones sexuales de que el mundo existe. Te solicito que leas mas biología, interesate en investigar el temas antes de hacer tus comentarios HOMOFOBICOS. (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Constatou-se que foram os temas polêmicos que geraram maior diversidade de opiniões, como a união civil entre homossexuais, a liberação da maconha e o aborto (assim como no Brasil, no tópico sobre aborto no fórum do candidato brasileiro José Serra e nas discussões sobre o tema diversidade sexual no fórum da candidata Marina Silva, conforme será discutido no próximo capítulo).

Si al aborto en caso de violación, pero... Creo que una verdadera protección de los derechos civiles, particularmente en los casos de violación, se daría con el establecimiento de un sistema de protección tanto de la víctima directa como de su familia y/o pareja, dando acceso a evaluación y/o tratamiento psicológico, como también la oportunidad que la madre continúe con su embarazo si así lo desea, procurando el Estado todos los cuidados que sean necesarios durante la gestación, de lo contrario el Pueblo incurriría en una abominable inducción de aborto al no dar alternativa a la que ya fuera víctima una vez. (Mensaje postado no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

¿aborto o métodos anticonceptivos? acerca de la posibilidad de aprobar el aborto en caso de violación, FR (comentario anterior), creo que toca un punto de suma importancia. Como muchos, preferimos la utilización de métodos anticonceptivos en vez de un aborto. A pesar de que en la prensa solemos ver cómo hay gente se autodenomina provida, como si el grupo que apoyara la distribución, por ejemplo de la píldora, no lo fuéramos o peor, como si fuéramos pro aborto, pero están más preocupados en discutir acerca de este acotado tema en vez de preocuparse por los cientos de niños que nacen y viven en pésimas condiciones. (Mensaje postado no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Sobre \"interrupción del embarazo\". Respecto a la interrupción del embarazo, me parece una vergüenza que el país no recuerde (en mi caso apenas tenía 1 año) que el aborto, en ciertos casos, estuvo permitido hasta 1989, pero parece que el dictador quería dejarnos otro de sus recuerdos. Discutir entonces sobre la pertinencia de esta ley me parece, por decirlo menos, absurdo. ¡Si ya estaba claro décadas atrás! No se está hablando de aborto a diestra y siniestra, para que no se enojen los más conservadores, sino sólo en caso que una o dos vidas corran un riesgo, por supuesto fiscalizado por un médico que siga el historial, y otro que verifique la pertinencia del aborto, otorgado por el Estado. Creo que así sería la manera más transparente de plantearlo. Saludos. (Mensaje postado no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

El aborto en caso de violación debe despenalizarse, pero solo justo después de la violación, practicar un aborto despues de ese lapso ya es homicidio. No hay justificación para llevar a cabo un aborto despues de más un par de días de una violación. (Mensaje postado no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Interrupción del embarazo en caso de violación. Quiero plantear mis dudas con respecto a la necesidad de hacer uso del aborto, en caso de violación, siento que debe ser una medida en lo posible eludible, ya que el uso oportuno de metodos anticonceptivos de emergencia (como la pastilla del día después) pueden, incluso, evitar la eventualidad de ver el aborto como una posibilidad. Además en el caso que, por tiempo, el uso de los metodos anticonceptivos de emergencia no sea posible, también espero que el estado ayude a la mujer victima en todo lo que respecta a

la terapia psicológica necesaria para su "recuperación" (en lo que se pueda, ya que es un tema muy complejo) y en su completa asesoría para la alternativa de entrega en adopción de ese niño. Para terminar quiero decir que lo que exprese tiene como único fin aportar, con ideas que considero importantes a un debate complejo que merece de mucho respeto y contrastación de visiones. Un gran abrazo Marco y mucha energía en este sueño y visión de Chile, en la cual representas a muchos compatriotas. (Mensaje postado no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Como se pode constatar, ainda que tenha existido diversidade de opiniões, o debate sobre aborto ocorreu dentro de um clima respeitoso no fórum de Ominami. Nossos achados são compatíveis com os dados do Latinobarómetro apresentados na primeira seção deste capítulo, que apontam que o internauta chileno é mais tolerante ao aborto em comparação à população off-line.

O Chile possui uma legislação altamente restritiva em relação ao aborto e se penaliza a interrupção da gravidez sob qualquer circunstância; portanto, todos os abortos que se realizem são cometidos clandestinamente (GONZÁLEZ; IBÁÑEZ; TRABUCCO, 2009 apud HERRERA; TEITELBOIM, 2010).

Os dados da *Encuesta Nacional UDP 2009* apresentados por Herrera e Teitelboim (2010), dão conta de que a população chilena em geral tem uma postura bastante conservadora em relação ao aborto.

Tabela 19. Porcentagem de acordo com o aborto em diferentes circunstâncias

Situación	% de acuerdo
Si una mujer no desea tener un hijo	28,9
Si una pareja en conjunto decide no tener un hijo	29,3
Si la salud de la madre corre serio peligro por el embarazo	66,5
Si el bebé tiene un serio defecto	46,3
Si la mujer quedó embarazada producto de una violación	66,9
Si la mujer o la pareja no tienen los medios económicos para criar un hijo	17,5

Fonte: Encuesta Nacional UDP 2009 apud Herrera; Teitelboim (2010)

Analisando os resultados de forma estratificada, Herrera e Teitelboim (2010) enfatizam que somente 15,1% dos entrevistados estão de acordo com o aborto nas seis situações descritas; este *grupo 1* é caracterizado por não ter religião, viver em Santiago e não pertencer aos estratos mais pobres da população. Um segundo grupo é formado por 14,2% de indivíduos, os quais estão de acordo com o aborto em todas as situações, exceto quando por problemas econômicos; o *grupo 2* é caracterizado por viver em regiões e não pertencer aos estratos mais pobres. Um terceiro grupo abrange 13,6% da população e corresponde a pessoas que opinam que o aborto deve ser legalizado se a saúde da mulher corre sério perigo, se o bebê tem um sério defeito ou se a gravidez é fruto de estupro; este *grupo 3* não está de acordo com as outras três situações e se caracterizam por pertencer aos estratos sociais mais altos (ABC1 e C2). O quarto grupo, de 17,7% das pessoas, corresponde àqueles que estão de acordo com o aborto somente quando a saúde da mãe corre perigo ou se a gravidez é fruto de violação; o *grupo 4* é contra o aborto em todas as outras circunstâncias e se distingue dos grupos anteriores por ser composto por pessoas religiosas, mas não católicas (são evangélicos, mórmons, entre outros). O quinto grupo é composto por 9% de indivíduos que estão de acordo com o aborto quando a gravidez é fruto de violência sexual; o *grupo 5* se opõe a todas as outras situações e é composto por pessoas de ambos os sexos, de todas as idades e níveis socioeconômicos, são de Santiago e regiões. O *grupo 6* contempla 10,3% de indivíduos que estão de acordo com o aborto quando a mãe corre perigo e se caracterizam por pertencer aos setores econômicos médio e baixo. O *grupo 7* é o maior, com 20% dos entrevistados, que estão em desacordo com o aborto em todas as situações, e se caracterizam por pertencer aos setores socioeconômicos pobres, por terem baixo nível educacional, serem adultos maduros e religiosos.

No fórum de Marco Enríquez Ominami foi veiculada uma enquete a respeito da legislação sobre o aborto no Chile, cujo resultado foi o seguinte: 40,53% dos 572 votos estavam de acordo somente com o aborto terapêutico; 36,14% estavam de acordo com a legalização do aborto no Chile; 15,96% se

opunham ao aborto, compreendendo-o como algo negativo e, por fim, 7,37% não opinaram.

3.4 Respeito mútuo e identificação

Analisando o respeito mútuo nos debates online como um dos requisitos para um "*Ideal Role Taking*", buscamos identificar a existência ou não de mensagens ofensivas no interior do fórum de Ominami. Como optamos por focar as marcas explícitas de desrespeito, categorizamos as mensagens como respeitadas ou neutras todas aquelas em que não houve desrespeito explícito. Conforme salienta Dryzek (2000 apud MENDONÇA; PEREIRA, 2011), ser respeitoso não implica expressar honras e lisonjas aos outros, tampouco se comportar como em um clube de cavalheiros, não requer participantes extremamente corteses e polidos, nem que se expressem de um modo contido. Adotando o mesmo critério de Mendonça e Pereira (2011), não consideramos as mensagens irônicas desrespeitosas.

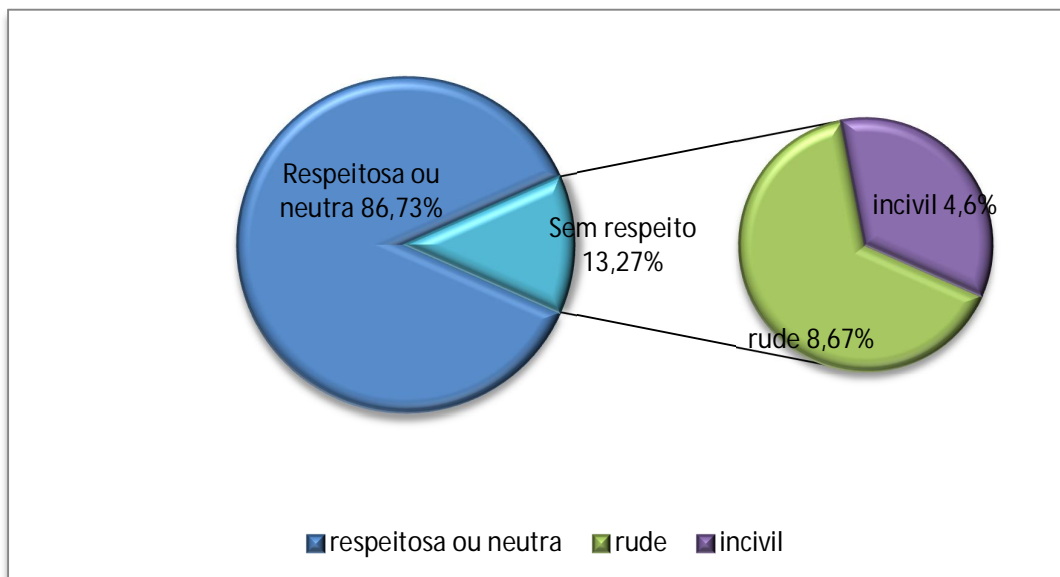
Classificamos as mensagens sem respeito seguindo a tipologia de Papacharissi (2004) como rudes ou incivis. As mensagens "rudes" (*unpolite*) não necessariamente comprometem o potencial deliberativo. Os debates podem se tornar inflamados, suscitar discórdia e mesmo assim avançarem. Já as mensagens incivis consistem em uma séria ameaça às discussões políticas e à democracia em si, pois ofendem a dignidade. As mensagens qualificadas como *Incivis* foram aquelas nas quais existiam insultos, discursos de preconceito, descrições ofensivas em relação a pessoas ou grupos, ódio ou ataque contra princípios democráticos. Já as mensagens *Rudes* foram aquelas onde o tom era ríspido, notava-se animosidade, mas não se atacavam valores democráticos, como esta publicada no fórum de Marco Enríquez Ominami:

Decepcionado. No pense que tendrías un doblez de este tipo, un viraje de laucha que te retrata como un político igual a los que tanto criticabas. Crei en un opción válida y con fuerza para el 2014, pero ahora comprendo que no hay nada en lo que confiar. si llegas a leer esto, decepcionaste a muchos, tu miedo te ganó y de paso le abres la puerta a los mediáticos caudillos profasantes de la izquierda que en un eventual gobierno de derecha serán los rostros de la oposición. Lamentable, A veces el silencio

es lo mejor, no le debias un "gesto" a nadie. (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Conforme demonstra o gráfico 10, no fórum de Marco Enríquez Ominami, das mensagens desrespeitosas (13,27%), 4,6% foram mensagens incivis e 8,67% foram consideradas rudes.

Gráfico 10. Percentual de posts a partir dos indicadores de respeito



Fonte: autoria própria

Assim como Davis (1999), Wales et al. (2010, p. 13) e Mendonça e Pereira (2011) optamos por uma classificação em relação ao foco de desrespeito e categorizamos as mensagens rudes e incivis em relação a: argumentos contidos em *posts* anteriores, por meio da desconsideração apriorística deles, em relação a grupos (organizados ou desorganizados) e instituições ou, finalmente, em relação a indivíduos (participantes ou não dos fóruns), através do uso de estereótipos e descrições ofensivas.

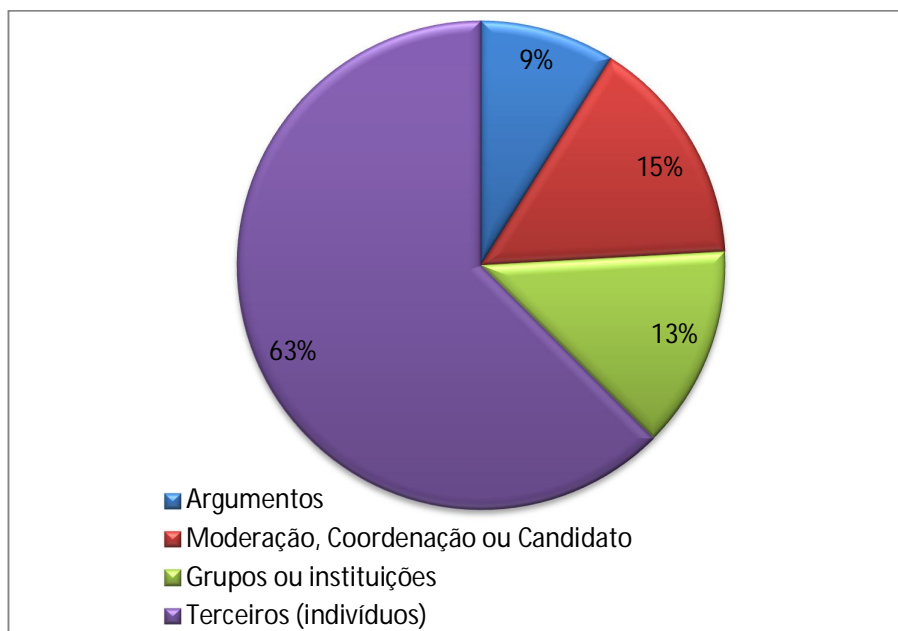
Os destinatários dos *flames* dos fóruns de Marco Enríquez Ominami foram, em primeiro lugar, os adversários políticos, em especial os também presidenciais Frei e Piñera, e em menor medida Arrate, instituições ligadas ao movimento de GLBTS, os políticos, argumentos de outros participantes do fórum e o próprio candidato.

los mismos ladrones por cuatro años mas. No votaria por frei por que lo encuentro poco inteligente para el cargo de presidente (por ultimo la michelle era simpatica) y por que esta apoyado por la misma manga de ladrones que se han hecho millonarios con el discurso de la vuelta a la democracia a estos sinverguenzas no tienen ni un poco de de moral para retirarse del mundo politico despues de todo lo que han robado, piensan que dando bonos de 40 mil pesos van a pagar algo su culpa si es asi los bonos deberian ser de 1.000.000 por lo bajo. (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Loco por el Poder. Piñera esta loco por el poder, esta invirtiendo millones de dolares para ser presidente solo para cambiar algunas leyes que no le convienen como empresario y que luego aprovechara para llenarse los bolsillos de plata. (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

No voto por Piñera Por Enriquecerce ilícitamente. Porque no puedo confiar mi valioso voto a quien tiene las manos manchadas de corrupción y enriquecimiento ilícito, no puedo confiarle mi valioso voto a quien estuvo profugo (aunque diga lo contrario) de la justicia por mas de 20 días para evadir una orden de aprensión dictada por un tribunal de este país, no puedo confiarle mi valioso voto a quien a estado en campaña por 20 años mostrandose con piel de oveja ocultando el lobo rapaz que lleva dentro, no puedo confiarle mi voto a quienes estuvieron a favor del exterminio. (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Gráfico 11. Destinatários dos flames do fórum de Marco Enríquez Ominami



Fonte: autoria própria

Distintamente da investigação dos fóruns *online* argentinos e brasileiros, o estudo chileno requereu acrescentarmos como destinatário dos *flames* o próprio candidato da campanha analisada. No caso do fórum do presidencial brasileiro José Serra, computamos mensagens críticas à própria coordenação e publicitários da campanha, o que evidenciou discordâncias internas em relação aos rumos da campanha, conforme veremos no Capítulo VI. No que tange ao fórum de Marco Enríquez Ominami houve *flames* contra o próprio candidato, em especial após o primeiro turno eleitoral, quando este anunciou seu apoio ao candidato Eduardo Frei Ruiz-Tagle (PDC-Concertación). Após a eleição alguns internautas publicaram posts críticos a Ominami, atribuindo a ele a derrota da esquerda no pleito. O maior número de *flames* ocorreu justamente em um momento em que, provavelmente, as mensagens não estavam sendo moderadas de maneira intensiva.

QUE DESILUSION PARA TODOS. yo fui uno de los que dio la firma, para que te tiraras a presidente, si quieres busca en tus archivos mi nombre ahí lo encontraras. PERO, soy un hueon maricon iguala a los que no te dejaron hacer primarias, yo y muchos chilenos creimos en ti pensabamos que eras leal y de una sola linea, soy un desgraciado mas que engaño al pais, soy maricon desleal y sobretodo" VENDIDO", ESTA VA HA SER LA ULTIMA VES QUE MI FAMILIA TE DA SU APOLLO, SOMOS MAS DE 1 MILLON DE CHILENOS QUE YA NO TE VAN A APOLLAR" ASI QUE TE CAGASTE TU MISMO. Y COMPRATE UN DICCIONARIOS DE UNA ESCUELA DE LENGUAJES PARA QUE APRENDAS A HABLAR BIEN y no babiari. yo votare nulo, porque ni caghando boto por el sinverguenza del frei. ominami que puesto te ofrecio frei en su supuesto gobierno, heon maricon vendido... (sic). (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Perdiste ahora como ni siquiera seràs diputado, alejate de Chile, este pais del que te avergonzaba de haber nacido... Pobre gallo populista, cagaste a todos los que te siguieron, sinverguenza. (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Maldito hijo de perra ahora estaras contento!, sabias que estabas jugando con fuego, al enarbolar la misma bandera que la derecha, el cambio, mugroso homosexual amanerado de mierda eres un traidor de mierda ahhhh como se estra tu taita del mir revolcandose sus martires huesos ahora que el ahueonado de su hijo le hizo el juego a la derecha para darle la victoria a los asesinos de su padre , hijo de perra nuinca supiste de la palabra venganza, no era el momento para debilitar ala concerta. (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

A referência a “assassinos de seu pai” na mensagem anterior remete ao fato de que o pai biológico de Marco, fundador do Movimento da Esquerda Revolucionária (MIR), Miguel Enríquez, foi assassinado durante a ditadura chilena quando ele tinha poucos meses de vida. Sua família foi expulsa do Chile quando Marco Enríquez Ominami estava com cinco meses de idade, e durante o exílio na França sua mãe casou-se novamente com o senador Carlos Ominami. Em 2000 Marco adotou também o sobrenome do pai de criação, agregando-o ao sobrenome do pai biológico.

Após o primeiro turno, o ex-concertacionista Arrate anunciou seu apoio ao candidato oficial do governo, Eduardo Frei, em menos de uma semana. Enríquez Ominami, no entanto, tardou a respaldar publicamente a candidatura de Frei, e quando o fez - “*Doy mi apoyo al candidato del 29 por ciento*” (WEIBEL, 2011) foi fortemente criticado em seu fórum online, pelo teor das críticas que realizava à *Concertación*.

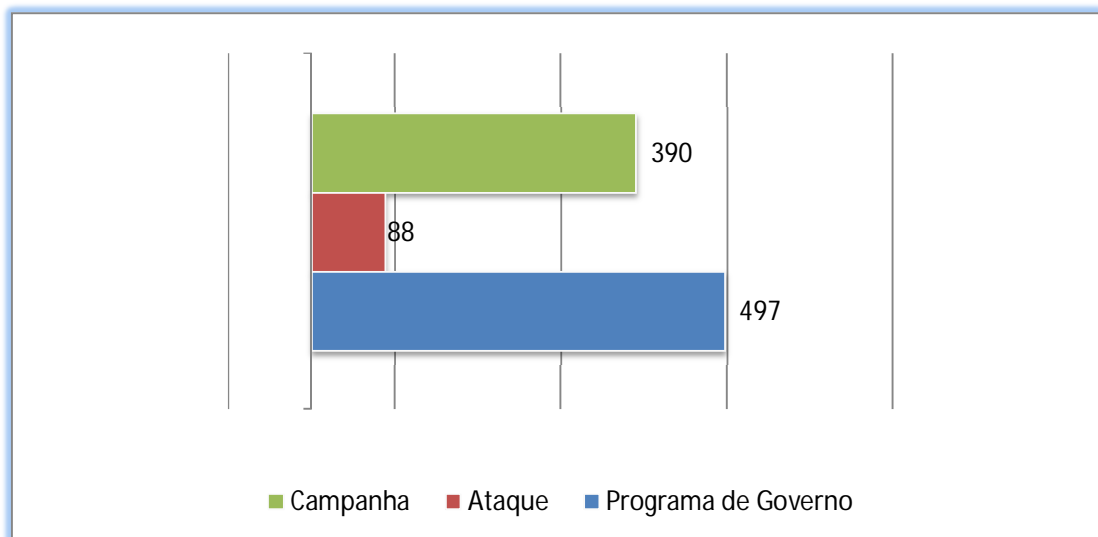
Grande parte da literatura aponta que uma das causas para que um ambiente *online* seja tumultuado é o anonimato dos participantes. O uso de um nome tende a evidenciar que há uma pessoa real (que não se esconde) por trás daquele comentário, que está comprometida com o debate (DAVIS, 2005; WILHELM, 2000 apud SAMPAIO; MAIA; MARQUES, 2010). No entanto, não confirmamos este dado em nosso estudo, pois praticamente todos os participantes se identificaram. Realizando um cruzamento dos dados (identificação x *flames*), constatamos que apenas dois daqueles que tiveram uma participação anônima por meio de codinomes (Yo, Anonymous, Cristo, Anónimo, FIRV, lcfpde, h.e.r.n.) publicaram mensagens desrespeitosas. Não descartamos, no entanto, que autores de mensagens desrespeitosas tenham utilizado nomes falsos.

3.5 Tematização e conteúdo

Considerando que a plataforma digital analisada visava a construção coletiva de um programa governamental para o Chile, buscamos verificar se o uso de tal artefato cumpriu tal propósito, bem como a natureza das propostas que resultaram desta interação.

Para tanto, analisamos o teor das mensagens, classificando-as em três grandes categorias: (1) propostas ou comentários para fomento ao programa de governo, solicitação de esclarecimentos quanto ao conteúdo programático ou discussão de demandas e anseios dos cidadãos, (2) propostas ou mensagens relacionadas à campanha política, aclamação, endosso ou apoio ao candidato, divulgação da agenda ou repercussão de debates e (3) ataque a adversários, grupos, campanha negativa, ofensas ou estereotipações.

Gráfico 12. Classificação dos posts do fórum de Marco Enríquez Ominami quanto ao teor



Fonte: autoria própria

Mais da metade (50,85%) das mensagens postadas no fórum de Ominami teve o propósito de apresentar propostas, comentários a sugestões de outros participantes, solicitação de esclarecimentos quanto ao conteúdo programático ou discussão de demandas e anseios dos cidadãos. No plano

temático, as propostas tratavam da diminuição de impostos de alimentos e livros, distribuição de renda, software livre, descentralização política, voto obrigatório, participação cidadã, plebiscitos, reformas constitucionais, aborto, liberação da maconha, união civil entre homossexuais, modernização do Estado, lobby, estatuto docente, transparência, educação de qualidade, energia nuclear, energias renováveis, energia eólica, energia solar, reciclagem, entre outras. 40,15% das mensagens foram relacionadas à campanha política, aos candidatos que se apresentaram ao pleito, de aclamação ou apoio a Marco Enríquez, divulgação de eventos ou repercussão de debates; também surgiram tratamentos ofensivos em relação a outros candidatos e estereotipados em relação a grupos (9% de mensagens de ataque).

Desviando-se do propósito do fórum de debater programa de governo, a campanha de Marco Enríquez Ominami buscou também utilizar o fórum como um termômetro da opinião pública, promovendo consultas sobre os rumos da campanha, investigando motivos de rejeição aos candidatos Frei e Piñera e até solicitando conselhos aos eleitores de como se portar durante a corrida presidencial:

¿Por qué no votarás por Eduardo Frei? Eduardo Frei es el candidato a la Presidencia de Chile apoyado por los partidos de la Concertación. Queremos recibir opiniones sobre los motivos por los cuales tú no votarás por él. Por favor, utiliza el sistema de comentarios. Escribe ideas cortas, para que sea ameno leerlas. (Consulta aos internautas promovida no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Além das consultas para levantar as críticas populares em relação a Eduardo Frei e a Sebastián Piñera, a campanha online de Ominami buscou ouvir os internautas em relação a temas de campanha, como: *¿Qué consejo le darías a Marco para encarar los debates presidenciales?* e *¿Qué le dirías a Marco para enfrentar lo que queda de campaña?* Em resposta às consultas, a campanha recebeu mensagens de diversos tipos, desde sugestões de maior

protagonismo de sua esposa na campanha, a jornalista e apresentadora de TV Karen Doggenweiler, à modulação de sua fala, que deveria ser mais pausada.

Consejo debates. Si los otros candidatos se ponen densos llevate un pito en el bolsillo y se los ofreses, sin antes encenderlo pegarte la primera (si estoy de publico le pego la segunda) y pasarselo y decirle "oma, relajate un poquito". (sic.). (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Más protagonismo de Karen. Eso, te diría que tu mujer Karen debería tener más protagonismo en la Campaña, así como la señora de Piñera. Pero más protagonismo, por ejemplo, que ella vaya a terreno independientemente de tí y así duplicar la llegada. Además ella puede anunciar iniciativas como primera dama. (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

hablar pausado. Hola te pido que modules y hables mas pausado, hay personas sobre todo las mayores que no te entiendes al hablar. no te apures en contestar, ordena las ideas, al hablar hazlo de manera pausada. (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

controla tu hiperactividad. Marcos no te muevas tanto ni hagas tantos gestos que hay veces que pareces un payaso(con mucho respeto) eres bonito y tienes unos ojos bonitos trata de transmitir una mirada segura y calida y de mantener el cuerpo erguido ya que nuchas veces te agachas mucho la espalda. (Mensagem postada no fórum online de Marco Enríquez Ominami, 2009).

Ainda na direção de utilizar o fórum como um termômetro da opinião pública, a campanha de Ominami veiculou diversas enquetes:

¿Estas de acuerdo con legalizar el consumo de marihuana como medida efectiva para la prevención de su consumo? Chile cambió aún que muchos no se hallan dado cuenta. Por eso es que en esta comunidad hablamos de cosas que otros no hablan, pero lo más importante: Nos importa tu opinión Quisiéramos saber que piensas del consumo de marihuana. Muchos hablan del tema pero al final no se habla de nada. (Enquete veiculada durante a campanha de Ominami, 2009).

Além do tema da regularização da maconha, diversos outros foram motivo de consulta popular mediante enquetes, como a reforma constitucional (506 votos), legislação sobre aborto (572 votos), união civil

entre homossexuais (552 votos), direitos trabalhistas (374 votos), eleição de conselheiros regionais (324), políticas de software livre (263 votos), lei de propriedade intelectual (197), distribuição massiva da pílula do dia seguinte em instituições públicas de saúde (466 votos), construção de hidrelétricas na Patagonia (417 votos), instauração de mecanismos de consulta sobre temas de governo (332 votos), privatizações (477 votos), dentre outros.

A campanha tinha a estratégia de disseminar tais enquetes nas redes sociais como forma de atrair a atenção do público para sua página web e seu fórum de construção colaborativa de programa de governo, como demonstra esta mensagem de Enríquez Ominami em seu Twitter:

MARCO POR TWITTER. [M](#): En chilecambio.cl hay una encuesta sobre el tema "explorar viabilidad de legalizar la marihuana...
<http://bit.ly/aAqeUI>

3.6 Efetividade do fórum

Para analisar a efetividade do fórum para a construção de um programa de governo, analisamos se as propostas formuladas pelos cidadãos foram consideradas e se o fórum teve como resultado a produção de uma plataforma política da candidatura, construída de forma colaborativa pelo candidato e sua equipe em conjunto com os internautas.

Neste quesito, o fórum de Marco Enríquez Ominami não cumpriu o propósito anunciado, pois não foi elaborado um programa de governo; apenas foi divulgada uma compilação das mensagens postadas pelos internautas sem diálogo com as mesmas, tomada de posição e esclarecimento a respeito de quais seriam incorporadas por contemplarem o teor programático da candidatura.

Este documento de 206 páginas de compilação de propostas dos internautas isentava o candidato ou seu núcleo de campanha de compartilharem das opiniões e ideias apresentadas. Portanto, não foi exibida

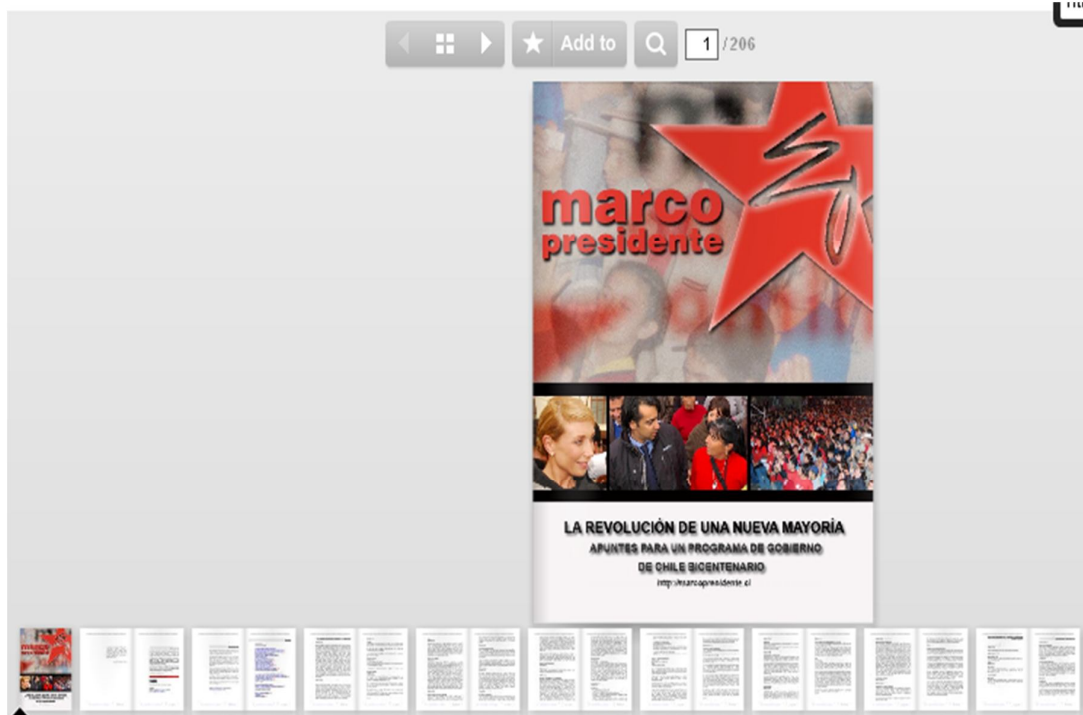
uma plataforma política produzida a partir das propostas do candidato e dos insumos dos cidadãos, formando um todo coerente.

Do ponto de vista de um cálculo eleitoral, é altamente conveniente aos candidatos a publicação de propostas cidadãs sem real comprometimento com as mesmas. Com esta estratégia o intuito é evitar a indisposição com nichos específicos do eleitorado (por exemplo, pró e contra o aborto, a favor e contra a descriminalização das drogas, etc.).

Por parte da campanha de Ominami não houve um grande esforço programático, tendo como agravante o fato da candidatura ter sido construída em um curto espaço de tempo. Não obstante, foi apresentado um decálogo programático, que inclusive orientou os debates online, dividido a partir dos seguintes temas: *Un modelo económico solidario y progresista, Una opción decidida por la región en materia de política exterior, Revitalizar la Democracia, Proteger los Derechos Humanos y Ampliar los Derechos Civiles, Proteger los derechos de los trabajadores, Modernización del Estado, Gobernar con Transparencia y Probidad, Educación y Salud de Calidad, Derechos Reales para los Consumidores e Cautela Efectiva de Nuestros Recursos Naturales.*

Em particular, este é um aspecto que merece destaque. No fórum de Ominami não houve um genuíno debate entre cidadãos e candidato ou coordenação de campanha para a construção colaborativa de um programa de governo, onde o candidato ou seu *staff* se posicionasse diante das propostas cidadãs e construísse dialogicamente seu programa de políticas públicas. Verificou-se, sim, um repositório de sugestões, reflexões e mesmo desabafos cidadãos, que não geraram um programa de governo como um produto final de um processo argumentativo, de um “intercâmbio de razões feito em público” (COHEN, 1997, p. 74 apud MAIA, 2008). Mesmo tendo sido considerável a participação cidadã no fórum de Ominami, não houve qualquer incorporação de propostas ao decálogo apresentado no início da campanha.

Figura 7. Imagem da página inicial do documento de compilação de propostas e comentários do fórum de Ominami



Fonte: www.marcopresidente.cl

A não elaboração de um programa de governo sugere que a plataforma interativa foi disponibilizada no *website* do candidato como uma estratégia de marketing político, que já se anunciava na frase do candidato “si mis adversarios quieren el apoyo de los ciudadanos, que escuchen sus demandas” e não com o interesse real de produzir um programa de governo colaborativo.

É evidente que o objetivo central da campanha eleitoral é angariar votos e vencer as eleições. Corroboramos Marques et al. (2011) no sentido de que desconsiderar a dimensão estratégica da disponibilização desta plataforma de debate visando auferir lucros eleitorais seria, naturalmente, ingenuidade. No entanto, conforme Stromer-Galley (2000), o debate programático não é incompatível com os cálculos de riscos e as estratégias de marketing político típicas das campanhas contemporâneas.

3.7 Conclusões parciais do capítulo

Da estratégia de utilização do fórum online pelo presidenciável chileno Marco Enríquez Ominami destacamos: (1) clareza quanto ao uso de ferramentas interativas e à lógica 2.0 da web; (2) utilização intensiva da Internet para construção de uma candidatura independente, prescindindo da estrutura e mediação partidária; (3) instrumentalização estratégica da inteligência coletiva para produção de uma campanha altamente estilizada; (4) compilação das propostas apresentadas pelos cidadãos sem diálogo com as mesmas, tomada de posição ou esclarecimento a respeito de quais seriam incorporadas por contemplarem o teor programático da candidatura.

Marco Enríquez Ominami tratou-se de um candidato com muita destreza no uso da Internet. Sendo extremamente jovem e cineasta, o presidenciável chileno já era afeito às linguagens técnicas e midiáticas. A partir de um sólido trabalho na Internet, por meio de seu *website* e também das redes sociais, Ominami construiu sua candidatura independente após deixar as fileiras do Partido Socialista - que integrava a coalizão situacionista *Concertación* - devido ao fato da direção da agremiação não ter se disposto a convocar prévias internas para a corrida presidencial e ter apoiado o nome do candidato governista Eduardo Frei.

Em poucos meses Ominami angariou quase 70 mil assinaturas, muito acima das 36 mil requeridas para oficializar uma candidatura independente; por fim, logrou mais de 20% dos votos no primeiro turno, uma vitória política importante, que lhe rendeu grande projeção (similarmente à Marina Silva no pleito brasileiro de 2010). Convém ressaltar que sua estratégia na Internet também lhe rendeu grande visibilidade nos meios de comunicação de massa. O monitoramento realizado por Conecta Media Research citado por Arriagada (2009), dá conta de que Ominami recebeu a mesma quantidade de cobertura televisa que os seus principais oponentes, mesmo quando suas intenções de voto não superavam os dois dígitos. "MEO se transformó en el niño mimado de los noticieros". Após as eleições, Ominami criou um partido político e abriu

canais para escolha coletiva do nome da agremiação, bem como para a produção colaborativa de seu logotipo.

Na campanha eleitoral, as ferramentas interativas não estavam na web do candidato apenas para constar e transmitir um ar de modernidade, e sim foram utilizadas de maneira efetiva. Não somente sua equipe de Internet, mas também o candidato participava diretamente dos espaços interativos. Como afirma Landtsheer, Krasnoboka e Neuner (2000), a participação do próprio candidato ou líder político em salas de bate-papo ou fóruns de discussão pode gerar um efeito mobilizador e uma corrente de simpatia e curiosidade com eco midiático multiplicador.

Nas campanhas na era Web 2.0 não basta utilizar a Internet de maneira similar a um panfleto eletrônico, com a mera transposição de materiais *off-line* para a página web e nem apenas disponibilizar os dispositivos interativos. Criar uma plataforma de campanha interativa significa utilizar as novas mídias de uma maneira distinta dos meios de comunicação tradicionais: demanda o envio de informações, respostas às inquietações dos cidadãos quando estes elaboram perguntas, se fazer presente de alguma forma nos debates e considerar os *inputs* da esfera civil. Requer, fundamentalmente, disposição para dialogar com os cidadãos, justamente por ser esta a especificidade da Internet: deter um potencial interativo. Caso contrário, a campanha online pode frustrar expectativas e transformá-las em decepção nos já desmotivados eleitores, em um cenário de desconfiança em relação às instituições e aos agentes políticos.

De acordo com os parâmetros deste estudo, o fórum de Ominami foi mais bem-sucedido em comparação ao de Saá, na Argentina, por ter produzido *feedback* para os cidadãos, ter sido mais participativo e dialógico, com pouco mais diversidade de opiniões, ter sido apropriado pelos cidadãos prioritariamente para discutir suas visões de mundo, demandas cidadãs, a descrença com a política tradicional e realizar propostas e consultas sobre políticas públicas ou para comentar sugestões de outros participantes. Não obstante, ali também teve lugar uma grande quantidade de mensagens

relacionadas à campanha política, de aclamação e apoio a Marco Enríquez, divulgação de eventos ou repercussão de debates e crítica aos adversários; o fórum não esteve isento de mensagens desrespeitosas: também surgiram tratamentos ofensivos em relação aos candidatos e estereotipados em relação a grupos.

Desviando-se do propósito do fórum de debater programa de governo, Marco Enríquez Ominami buscou também utilizar o fórum como um termômetro da opinião pública, promovendo consultas sobre os rumos da campanha, investigando motivos de rejeição aos candidatos Frei e Piñera e até solicitando conselhos aos eleitores de como se portar durante a corrida presidencial.

Já há algum tempo as campanhas profissionalizadas e científicizadas passaram a adotar pesquisas de opinião pública “para consumo interno” de modo a planejar minuciosamente as táticas eleitorais. Os temas e materiais de campanha são frequentemente submetidos a pré-testes, onde especialistas contratados buscam prever a aceitação ou não do público com antecedência (MAYHEW, 1997 apud BLUMLER; KAVANAGH, 1999). Nesta mesma direção, o uso de ferramentas interativas para medir o estado da opinião pública parece acrescentar mais um item no repertório do marketing político para potencializar as sondagens de opinião, mas com custos infinitamente menores em comparação às pesquisas estatísticas e qualitativas, como grupos focais.

A estratégia de ouvir o que o cidadão tem a dizer faz parte dos princípios-chave da Web 2.0. De acordo com O’Reilly e Battelle (2009), os usuários devem ser tratados como co-desenvolvedores, pois os mesmos agregam valor. Esta lógica passa a ser incorporada à política, a partir de uma abordagem, típica da terceira fase das campanhas eleitorais, que coloca o “consumidor em primeiro lugar”, (NORRIS, 2000), pesquisando suas opiniões e preferências. Especificamente no que tange ao nosso objeto de análise, inverte-se o vetor de apresentação de propostas políticas.

CAPÍTULO VI

**EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS NO
PLEITO PRESIDENCIAL DO
BRASIL EM 2010**

Capítulo VI

EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS NO PLEITO PRESIDENCIAL DO BRASIL EM 2010

A eleição presidencial de 2010 no Brasil foi palco de inovações no que tange à utilização da Internet nos processos eleitorais. Além do uso do potencial colaborativo da Web 2.0 pelos candidatos José Serra e Marina Silva, no pleito verificaram-se as iniciativas de angariação de fundos online e disponibilização de um *social game* na cibercampanha de Marina Silva, ocorreu um debate eleitoral online, houve a incursão dos candidatos em redes sociais, a viralização de mensagens e a realização de campanha negativa na Internet, com impacto eleitoral.

O Brasil, com uma população de 195,4 milhões de habitantes, PIB de 1.314.199 milhões de dólares e extensão territorial de 8.514.876 km² (*United Nations Statistics Division, 2009 apud Silva e Vieira, 2010*), é o país mais importante da América Latina.

Nas próximas seções analisaremos os indicadores de acesso à Internet no país e o contexto eleitoral de 2010, para posteriormente adentrarmos em nosso estudo empírico das plataformas colaborativas de programa de governo.

1. Acesso à Internet e perfil político do internauta brasileiro

Os indicadores sobre penetração da Internet no Brasil em 2009, divulgados pelo IPEA em “Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil” no ano do pleito em questão (2010), davam conta de que o contingente de cidadãos conectados à Internet, em números absolutos, estava na casa dos 76 milhões (*International Telecommunication Union, 2009* apud SILVA; VIEIRA, 2010). Em termos percentuais, isto significava 39% da população conectada. O Brasil é recordista mundial em tempo médio de conexão, à frente do Japão e dos Estados Unidos; o internauta brasileiro passa 3 vezes mais tempo online do que assistindo TV (DELOITTE, 2008).

Recorrendo aos levantamentos realizados pelo IBOPE, dados que são considerados no estudo Latinobarómetro (apud SCHLEGEL, 2009) para analisar os *determinantes do acesso à Internet no Brasil*, é possível verificar que a escolaridade aparece com muita relevância como determinante do acesso à rede eletrônica. Os dados do IBOPE citados por Schlegel (2009) coletados no terceiro trimestre de 2008 dão conta de um forte contraste entre as faixas de escolaridade: enquanto que entre aqueles que possuem até o segundo grau completo 45% usam a Internet, este índice sobe para 79% entre aqueles com superior incompleto, para atingir o ápice de 92% entre o grupo com superior completo ou pós-graduação.

Tabela 20. Regressão logística - Brasil - Uso regular da Internet

	Modelo 1 (só sócio-demográficas)		Modelo 2 (com variáveis políticas)		Modelo 3 (com mídia tradicional)	
	Razão de chance	<i>p</i>	Razão de chance	<i>p</i>	Razão de chance	<i>p</i>
Idade (ref.: de 16 a 25 anos)						
De 26 a 35	0,355	0,000	0,344	0,000	0,356	0,000
De 36 a 45	0,268	0,000	0,256	0,000	0,217	0,000
De 46 a 55	0,199	0,000	0,180	0,000	0,181	0,000
Mais de 55	0,081	0,000	0,069	0,000	0,072	0,000
Mulher	0,790	0,177	0,922	0,659	1,004	0,985

Escolaridade (ref. 1 ^o ano inc.)						
1 ^o ano completo	3,672	0,000	3,626	0,000	4,730	0,000
2 ^o ano incompleto	7,327	0,000	6,251	0,000	6,785	0,000
2 ^o ano completo	11,453	0,000	10,126	0,000	9,889	0,000
Sup. incompleto ou mais	63,560	0,000	48,807	0,000	65,312	0,000
Renda (ref. baixa)						
Média	1,353	0,133	1,408	0,096	1,370	0,169
Alta	1,171	0,451	1,167	0,475	0,968	0,895
Ocupação (ref.: manuais)						
Donos, liberais e gerenciais	1,444	0,235	1,427	0,265	0,934	0,851
Estudantes	1,806	0,107	1,626	0,191	2,388	0,057
Não-PEA ²	0,760	0,198	0,784	0,261	0,643	0,067
Etnia (ref.: negro/mulato/mestiço)						
Branco	1,198	0,305	1,220	0,270	1,087	0,679
Outros (inclui indígenas)	0,852	0,675	0,866	0,716	0,939	0,880
Cidade (ref. até 20 mil habitantes)						
Mais de 20 mil a 100 mil	1,469	0,169	1,612	0,100	1,812	0,057
Mais de 100 mil	2,173	0,007	2,336	0,005	1,963	0,039
Interesse por política			1,884	0,004	1,870	0,008
Associativismo						
Partido			1,175	0,552	1,216	0,504
Sindicato			1,126	0,633	1,271	0,374
Igreja			0,991	0,961	0,886	0,579
Grupo esportivo/lazer/cultura			1,991	0,001	2,142	0,001
Mídia (5 ou + vezes/semana)						
Vê notícias na TV					1,168	0,446
Lê jornal					1,861	0,033
Ouve notícias no rádio					1,048	0,824
Constante	0,163	0,000	0,106	0,000	0,094	0,000
N		1.166		1.145		966
	² Negelkerke 0,538	Teste de H&L 0,612	² Negelkerke 0,559	Teste de H&L 0,234	² Negelkerke 0,587	Teste de H&L 0,030

Nota: Negrito destaca significância até $p \leq 0,05$

Fonte: Latinobarómetro (2007 apud SCHLEGEL, 2009)

Em relação ao sexo, os homens revelaram-se mais envolvidos com a tecnologia, com 73% deles afirmando ter acesso, frente a 64% entre as mulheres. O acesso era mais comum na residência (45%) do que no local de trabalho (30,8%) ou na escola (31,9%). A faixa etária é inversamente proporcional ao nível de acesso: entre o público de 16 a 24 anos 90% têm acesso; esse percentual cai a cada degrau etário, até chegar a 23% para as pessoas com mais de 65 anos.

Recorrendo aos modelos de regressão construídos por Schlegel (2009) a partir dos dados do Latinobarómetro, o interesse por política é um determinante efetivo do acesso. Controladas as outras variáveis desse modelo, quem declarou muito ou algum interesse por política tem 1,884 vezes mais chance de conectar-se em relação a uma pessoa que se considera desinteressada. Pertencer ou ter pertencido a partido, sindicato ou igreja não foi determinante para o acesso, enquanto participar de associação esportiva, de lazer ou cultural, sim. Para Schlegel (2009) é possível supor que no Brasil esse tipo de entidade disponibilize pontos de acesso à *World Wide Web*.

O terceiro modelo regressional apresentado na tabela 20, que inclui como variáveis independentes o consumo da mídia tradicional, demonstra que apenas a leitura frequente de jornais mostrou-se como determinante adicional para o uso regular da Internet.

No atinente à *participação política tradicional*, utilizando a análise de médias para verificar se os internautas brasileiros diferenciam-se do restante da população, constata-se que, assim como na Argentina e no Chile, no Brasil o usuário da Internet é um tipo de cidadão mais participativo se comparado ao restante da população. As diferenças demonstraram significância estatística (ressaltadas em negrito), conforme demonstrado na tabela 21, o que permite rejeitar a presunção de que, na população, as médias entre os dois grupos seriam iguais.

Tabela 21. Comparação de médias - Brasil - Uso regular da Internet x Participação

	Usa a internet regularmente (i)	Nunca usou ou quase nunca (ii)	Diferença (i - ii) (com teste t)
Assinou abaixo-assinado	0,122	0,069	+ 0,053¹
Tomou parte em manifestação autorizada	0,208	0,123	+ 0,084²
Fez protesto sem autorização	0,183	0,081	+ 0,102²

Fonte: Latinobarómetro (2007 apud SCHLEGEL, 2009)

Significância até $p \leq 0,05$

Significância até $p \leq 0,001$

Analisando a *diferenciação de opiniões dos usuários de Internet no Brasil* em comparação ao restante da população, os resultados demonstram que o internauta brasileiro confia menos no governo, no Congresso e na Igreja; confia mais nas empresas privadas; é mais sensível à desigualdade de renda e mais tolerante em relação ao aborto. Nos outros seis quesitos não foram observadas diferenças consistentes nas atitudes dos dois segmentos do público.

Tabela 22. Análise de médias - Brasil - Uso regular da Internet x Atitudes

	Usa a internet regularmente (i)	Não usa ou quase nunca (ii)	Diferença (i - ii) (com teste t)
Democracia é a melhor forma de governo	0,535	0,487	+ 0,049
Confiança no governo	0,309	0,371	- 0,062¹
Confiança no Congresso	0,196	0,269	- 0,072¹
Confiança no Judiciário	0,421	0,420	+ 0,001
Confiança nas Forças Armadas	0,709	0,671	+ 0,038
Confiança em empresas privadas	0,487	0,397	+ 0,091¹
Estado deve resolver maioria dos problemas	0,370	0,424	- 0,054
As privatizações foram benéficas para o país	0,554	0,521	+ 0,033
Confiança na Igreja	0,753	0,829	- 0,075¹
Aborto nunca é justificável	0,552	0,651	- 0,099²
Distribuição de renda é muito injusta no país	0,391	0,303	+ 0,089¹
Medo de ser vítima de crime todo o tempo	0,403	0,419	- 0,016

Fonte: Latinobarómetro (2007 apud SCHLEGEL, 2009)

Significância até $p \leq 0,05$

Significância até $p \leq 0,001$

2. Conjuntura prévia e o contexto eleitoral brasileiro em 2010

Para compreender a disputa presidencial de 2010 é inevitável um retrospecto da política brasileira recente, pois muitos dos fatos políticos prévios à corrida presidencial influenciaram na eleição de Dilma Rousseff.

O período de 16 anos que antecede ao pleito presidencial de 2010 é marcado por estabilidade política no Brasil. Após o turbulento decurso que culminou com o *impeachment* do presidente Fernando Collor de Mello, a eleição do presidente Fernando Henrique Cardoso em 1994 inaugurou um período de polarização entre dois partidos políticos: o PT (Partido dos Trabalhadores) e o PSDB (Partido Social-Democrata Brasileiro) (AZEVEDO, 2011).

O Partido dos Trabalhadores passou a ser organizado no período em que a ditadura militar começou a arrefecer no Brasil, como parte do processo de abertura política para a redemocratização do país. O PT, cujo manifesto fundador data de fevereiro de 1980, teve como principais bases de sustentação o tripé movimento sindical e social, segmentos da intelectualidade de esquerda e setores progressistas da Igreja Católica, como as Pastorais Sociais e as Comunidades Eclesiais de Base (CEB's). Caracteriza o partido seu processo de fundação *bottom-up* e externo à esfera parlamentar e estatal, além de um claro projeto de esquerda (KECK, 1991 apud RIBEIRO, 2008).

O Partido Social-Democrata Brasileiro, por sua vez, surgiu em 1988 e teve uma origem exclusivamente parlamentar, resultado de uma cisão coletiva de parlamentares do PMDB (ROMA, 2002). Revisando a literatura que analisa a origem do PSDB, alguns fatores que teriam motivado a criação do partido foram: as disputas internas entre a bancada parlamentar do PMDB durante os trabalhos na Assembleia Nacional Constituinte entre 1987 e 1988, principalmente no que se refere à disputa sobre os sistemas de governo

presidencialismo e parlamentarismo, bem como em relação à duração do mandato do presidente José Sarney entre quatro ou cinco anos (KINZO, 1993); o predomínio do grupo quercista em São Paulo, que disputava posições de poder no interior do PMDB (MELHEN, 1998); outro fator teria sido a apresentação da candidatura de João Leiva para a prefeitura de São Paulo, articulada a partir de uma aliança entre políticos conservadores do PFL e o prefeito de São Paulo, Jânio Quadros (LAMOUNIER, 1989). A tais interpretações, que valorizam em demasia o aspecto ideológico como variável explicativa da fundação do PSDB, Roma (2002, p. 73,4) acrescenta o fator pragmático-eleitoral: “tratou-se da cisão de um grupo de deputados federais e senadores que acreditavam somente ter possibilidade de conquistar cargos no governo federal, principalmente a presidência da República, aproveitando-se do capital político acumulado pelo e no PMDB, mas por meio de outro partido”.

O PSDB, apesar de declarar-se um partido social-democrata, apresenta um programa de governo orientado por teses liberais:

O discurso ideológico social-democrata, explicitamente manifestado no conteúdo dos documentos partidários e nos cursos de formação política ministrados pelo partido, foi fundamental no processo de mobilização de filiados e militantes no interior do PSDB, o que conferiu um viés mais de esquerda na sua origem. A tônica liberal, presente no seu programa de governo, por outro lado, predominou como concepção ideológica de seus membros dirigentes com cargos eletivos (ROMA, 2002, p. 76).

De acordo com Roma (2002), essa orientação programática liberal já estava claramente estabelecida desde a origem do partido e prevaleceu na determinação das estratégias de aliança adotadas pelo PSDB que, em 1994, coligou-se com partidos de direita e ascendeu ao governo federal, “traduzindo, assim, essa concepção em política concreta” (ROMA, 2002, p. 76).

Fernando Henrique Cardoso é eleito em 1994 empunhando principalmente a bandeira da estabilização da moeda brasileira e é reeleito em 1998. Durante seus dois governos, FHC desenvolveu um projeto de cunho

neoliberal, aplicando reformas redutoras do papel do Estado, privatizações e abertura do mercado brasileiro ao exterior, resultando em um processo de desestabilização da indústria brasileira e explosão da dívida pública (VALENTE, 2011).

Conforme enfatiza Azevedo (2011), seu segundo mandato é marcado por grande instabilidade econômica e agravado por uma conjuntura internacional adversa. “O quadro da situação daquele momento mostra um crescimento abaixo da média histórica, especulação cambial, endividamento crescente do setor público e um déficit em transação corrente na casa de uma centena de bilhões de dólares”. Recorrendo às agências internacionais, FHC implementa o receituário básico do FMI:

Desvalorização cambial, aumento das taxas básicas dos juros, controle das contas públicas, entre outras medidas que produziram o desaquecimento da economia, o aumento das tensões com os movimentos sociais e um forte desgaste da popularidade do governo, inclusive nas classes médias, onde o governo tinha sua principal base de apoio eleitoral (AZEVEDO, 2011, p. 90).

Este panorama deu lastro para que o PT vencesse as eleições presidenciais em 2002, tendo como expoente o candidato de origem popular, Luiz Inácio Lula da Silva, antigo operário, liderança formada ao longo de uma trajetória no movimento sindical, no Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo (SP), que passou a obter projeção nacional ao conduzir greves operárias no final dos anos de 1970, fundador e símbolo maior do Partido dos Trabalhadores (PT). Lula, após três derrotas consecutivas em 1989, 1994 e 1998, foi eleito presidente da República Federativa do Brasil em 2002. Esta foi a primeira vez na história brasileira que um candidato de um partido de esquerda venceu as eleições.

A vitória do PT em 2002 ocorre com uma coligação política mais ao centro, tendo o empresário José Alencar, do então Partido Liberal, ocupando a vice-presidência e é subsequente a um processo de rebaixamento programático e amenização das propostas do partido, o que se visualizou nitidamente na “Carta ao Povo Brasileiro”, que consistiu em um documento

público de compromissos de Lula com a estabilidade. Relata o ex-ministro da Fazenda Antônio Palocci em seu livro "Formigas e Cigarras" que o conteúdo da carta que visava diminuir o "risco Lula" (VALENTE, 2011) foi negociado com o magnata das telecomunicações Roberto Marinho, das Organizações Globo. Com esta postura, Lula

[...] optou por agir de forma conciliadora e cautelosa, com a intenção explícita de acalmar os mercados e desarmar seus adversários, preparando-se para o fato de que o governo que sairia das urnas não iria dispor de maioria parlamentar e teria de ganhar estabilidade em um contexto de turbulência financeira e tensão social (NOGUEIRA, 2005, p. 2).

O ministério formado no primeiro governo de Lula foi eclético e moderado. O presidente designou o banqueiro Henrique Meirelles para o Banco Central e "fixou, como eixo de gravitação do governo, uma equipe econômica ortodoxa", a qual foi encarregada de dar continuidade à política macroeconômica engendrada durante o governo de Fernando Henrique Cardoso. Enfatiza Marco Aurélio Nogueira (2005, p. 2, 3) que, para se sustentar em termos parlamentares, "o governo Lula abriu sua coalizão ainda mais à direita, incorporando e patrocinando partidos que lhe impuseram um alto preço político e administrativo".

Uma ampla crise política é deflagrada e adquire abissal dimensão após uma fragorosa e polêmica entrevista do então deputado federal Roberto Jefferson (PTB), integrante da própria base aliada, ao jornal Folha de São Paulo, em 6 de junho de 2005. Roberto Jefferson, após um episódio de corrupção nos Correios, sentindo-se isolado politicamente, divulga grande volume de informações bombásticas envolvendo o governo Lula e o PT na relação com a base aliada no Congresso Nacional. Jefferson declarou na ocasião que o governo e o PT pagavam mesadas a deputados para que votassem a favor de projetos do governo, e batizou com o termo "mensalão" este suposto esquema de propinas pagas mensalmente a parlamentares federais para aprovação de projetos no Congresso Nacional, bem como para viabilizar a transferência de parlamentares da oposição para os partidos da base governista.

A denúncia assentava-se no fato de que esta rede de corrupção seria financiada com verbas desviadas do erário público, dinheiro oriundo de evasão fiscal, recursos que provinham de empresas que compensavam as “doações” com superfaturamento de contratos públicos, principalmente na área de publicidade, e licitações fraudulentas, que beneficiavam determinadas empresas e empreiteiras. O principal captador, distribuidor dos recursos e operador do esquema do “mensalão” seria o publicitário Marcos Valério, no que ficaria conhecido como “valerioduto”. A cúpula dirigente do PT e do governo surgiu no centro dessas operações. De acordo com Roberto Jefferson, o operador dos recursos ilegais atuaria a mando de José Dirceu, então ministro da Casa Civil, de José Genoíno, à época presidente do PT, de Delúbio Soares, que era tesoureiro do partido, de Sílvio Pereira, que respondia pela secretaria geral do PT e de Marcelo Sereno, então secretário de comunicação do partido.

O episódio do mensalão ocupou o centro do noticiário midiático, que passou a competir por novas denúncias e desdobramentos do escândalo. O escândalo resultou em Comissões Parlamentares de Inquérito - CPI's e inquéritos da Polícia Federal, acusações contra membros do alto escalão do governo federal, parlamentares de diversos partidos e integrantes da cúpula do PT.

O efeito imediato da crise resultou na demissão, renúncia e cassação de diversos políticos. Enfraquecido politicamente, José Dirceu, considerado o homem forte do governo, renuncia em meados de junho de 2005 ao cargo de ministro-chefe da Casa Civil e tem seu mandato de deputado federal cassado nos meses subsequentes. O escândalo culmina na cassação do deputado federal Roberto Jefferson (PTB), autor das denúncias, por quebra de decoro parlamentar. O deputado federal Valdemar Costa Neto (PL), para evitar a cassação, renuncia ao mandato. Tornou-se insustentável também a permanência de José Genoíno na presidência do PT e este renuncia ao posto, bem como de Delúbio Soares, que foi afastado do cargo de tesoureiro do PT. O secretário geral do partido, Sílvio Pereira, renuncia ao cargo e se desliga

formalmente do PT após ter sido divulgado que ele recebera um jipe Land Rover de uma grande empreiteira que prestava serviços à Petrobrás.

Considerado uma âncora para a estabilidade do governo, o ministro da Fazenda, Antônio Palocci, foi denunciado pelo Ministério Público de São Paulo por supostos esquemas de corrupção com empreiteiras quando foi prefeito de Ribeirão Preto (SP) e tais acusações foram reforçadas no conturbado depoimento de seu ex-assessor na Prefeitura de Ribeirão Preto, Rogério Buratti. Palocci, que já vinha passando por um processo de desgaste, teve sua situação agravada por ter vazado de forma arbitrária extratos bancários de um caseiro que vinha prestando depoimentos na CPI a respeito de lobbies políticos e encontros que ocorriam em um luxuoso local em Brasília, apelidado de sede da “república de Ribeirão Preto”. Em março de 2006 o então ministro da Fazenda deixa o governo.

Portanto, o primeiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva foi marcado por crises políticas e denúncias. Tal cenário não logrou, todavia, comprometer a avaliação de seu governo, e Lula volta a se candidatar à Presidência da República em 2006. Na pesquisa anterior às eleições, em outubro, a avaliação do governo atinge a eminência de 53 pontos de ótimo e bom, momento em que a aprovação ao governo Lula atinge seu ponto mais elevado (CARREIRÃO, 2007).

Polarizando com o PT, apresenta-se ao pleito o candidato Geraldo Alckmin, então governador do estado de São Paulo pelo PSDB, repetindo a coligação com o DEM (ex-PFL). Nas eleições presidenciais de 2006 o PSDB tinha como capital político os dois mandatos presidenciais anteriores ao de Lula (1995-1998 e 1999-2002), os três mandatos à frente do governo de São Paulo, nas gestões Covas-Alckmin e o governo do Estado de Minas Gerais, na figura do então governador Aécio Neves, os dois principais colégios eleitorais do país. O PFL, atual DEM, contava com a terceira bancada de deputados no Congresso Nacional, com o governo de alguns estados, dentre os quais se destacava o estado da Bahia, o quarto colégio eleitoral do Brasil.

No que se refere ao comportamento da imprensa, estudos apontaram o desequilíbrio da cobertura jornalística entre os candidatos nas eleições de 2006, sendo fortemente negativa para Lula (LIMA, 2006, 2007; ALDÉ; FIGUEIREDO; MENDES, 2007).

No meio televisivo, às vésperas da eleição a Rede Globo de Televisão inaugurou a “Caravana do Jornal Nacional”, na qual os apresentadores, rompendo com o rígido formato de apresentação do telejornal, passaram a ter como cenário para veiculação das notícias as ruas e praças públicas de diversas regiões do Brasil (MONTUORI, 2006). “O conteúdo noticioso transmitido pela Caravana JN teve a intenção de demonstrar os desajustes e desacertos do governo Lula, apontando os problemas da fome, da miséria e das calamidades que assolam a população mais carente do Brasil” (CARONI FILHO, 2006 apud MONTUORI, 2006, p. 1). O Jornal Nacional, assim sendo, apresenta e compõe uma agenda política pré-eleição visivelmente desfavorável ao governo.

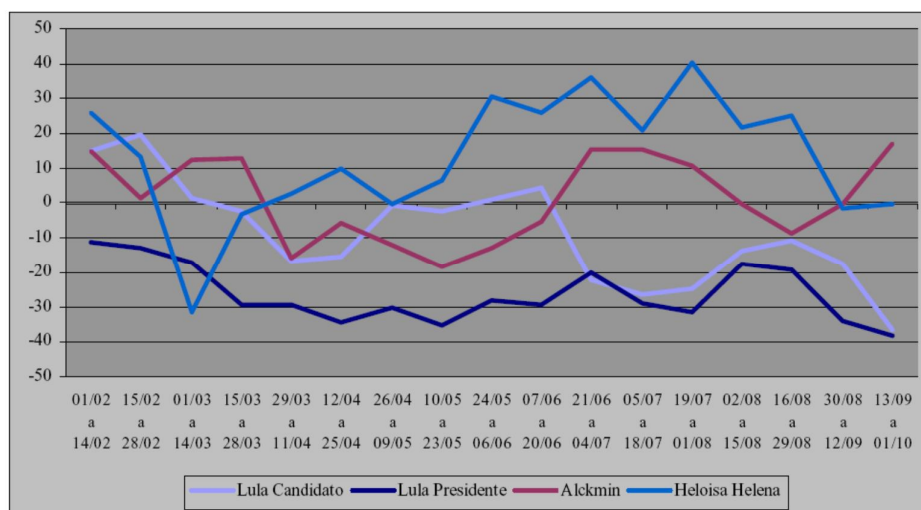
Baseados em um amplo trabalho de coleta de dados e análise da cobertura jornalística dos principais jornais de circulação nacional (O Globo, Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo), Aldé, Figueiredo e Mendes (2007) concluem que a imprensa escrita claramente “tomou partido” nas eleições de 2006. Analisando os enquadramentos adotados e a valência atribuída às matérias, os pesquisadores documentaram o fato de que a cobertura foi “predominantemente negativa para o presidente/candidato”. Para os autores, embora o presidente e candidato Lula tivesse experimentado os efeitos de ser, ao mesmo tempo, o chefe do executivo nacional e o candidato com maior intenção de votos, esta dupla visibilidade, no entanto, apresentou-se “predominantemente negativa, amplificando ataques e denúncias e impermeável à pauta governamental” (ALDÉ; FIGUEIREDO; MENDES, 2007, p. 2).

Em cada jornal, isso reflete uma cobertura jornalística que concedeu pouco espaço para a agenda do governo, e mostrou-se crítica das políticas federais em várias frentes e com forte ênfase na questão da corrupção. [...] Além disso, o uso do cargo de presidente para cumprir agenda de candidato foi

enfaticamente denunciado pelos jornais, que atribuíram, insistentemente, intenção eleitoral aos anúncios e discursos realizados pelo presidente, [além da] avaliação constantemente negativa dos gastos públicos do governo federal, política externa, programas sociais e outras frentes de atuação (ALDÉ; FIGUEIREDO; MENDES, 2007, p. 11).

Relatam os autores que foi significativa a mudança das valências da cobertura a partir da oficialização da candidatura de Lula pelo PT, o que marcou “uma virada negativa na cobertura cujo nível se manterá semelhante até o fim do primeiro turno, tornando-se ainda mais negativa com a aproximação do pleito” (ALDÉ; FIGUEIREDO; MENDES, 2007, p. 11).

Gráfico 13. Saldo das valências da cobertura jornalística da imprensa escrita nas eleições de 2006



Fonte: ALDÉ; FIGUEIREDO; MENDES (2007)

Por outro lado, os jornais impressos dedicaram mais espaço positivo para o opositorista Geraldo Alckmin, com exceção do momento em que ocorreu uma crise de segurança em São Paulo, quando se sucederam ataques do PCC - Primeiro Comando da Capital, facção criminosa de forte organização nos presídios paulistas. Cabe observar também que “boa parte do noticiário negativo em torno de Geraldo Alckmin por parte dos jornais se dá no sentido

de avaliar o candidato estrategicamente, criticando a escolha dos caminhos para a candidatura tucana” (ALDÉ; FIGUEIREDO; MENDES, 2007, p. 11-2). Vale ressaltar que os veículos de comunicação insistentemente omitiram denúncias de corrupção em relação ao ex-governador Geraldo Alckmin, envolvendo privatizações das rodovias durante sua gestão e também contratos publicitários com o Banco Nossa Caixa S/A. De acordo com diversos parlamentares, a base de sustentação do governo Alckmin na Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo arquivou quase 70 pedidos de instalação de CPI's. Os principais pedidos de comissões de inquérito fundamentavam-se em indícios de irregularidades no processo de privatização das estatais paulistas, com o uso de “Caixa Dois” e de propinas depositadas em paraísos fiscais, decorrentes de negociatas com multinacionais que compraram as empresas públicas por preços subavaliados. Além dos pedidos de investigação das privatizações de rodovias, empresas de energia e do banco Banespa, seriam objetos de investigação contratos firmados entre o banco Nossa Caixa S/A e agências de publicidade, bem como denúncias de superfaturamento nas obras do Rodoanel.

Apesar das denúncias de corrupção, escândalos políticos e de uma cobertura midiática eminentemente negativa, Lula é reeleito com quase 62% dos votos, enquanto Alckmin teve reduzida sua votação do primeiro para o segundo turno. Contribuiu, para tanto, os resultados das políticas nas áreas econômica e social, que acabaram gerando uma avaliação predominantemente positiva do governo Lula, especialmente entre os segmentos mais pobres (CHAIA, 2006).

Hunter e Power (2007) atribuem a reeleição de Lula a três fatores: (1) o impacto distinto dos escândalos de corrupção junto ao eleitorado devido às assimetrias de informação, ou seja, entre os eleitores mais pobres e menos escolarizados a percepção de corrupção era menor ou mais tolerada: “low levels of education and political awareness, together with the priority poor people understandably place on meeting basic material needs, no doubt helped Lula in less developed regions of Brazil” (p. 12); (2) fatores econômicos: os eleitores dos estratos sociais mais baixos melhoraram suas

condições econômicas e (3) políticas sociais dirigidas: programas como o Bolsa-Família, por meio do qual o governo Lula atendeu a clientela específicas.

Analisando os fatores determinantes para a reeleição de Lula em 2006 em meio à cobertura midiática desfavorável, Azevedo (2011) aponta que o elemento diferenciador não foi o acesso ao noticiário (cujo efeito se restringe à classe AB), mas o surgimento de uma nova classe média menos porosa à grande imprensa e o voto retrospectivo com base no desempenho da economia e na avaliação geral do governo.

Conforme demonstra Azevedo (2011) em sua análise sobre a situação nacional prévia ao pleito de 2006, em seu primeiro mandato o então presidente Lula “redefine as políticas governamentais para uma perspectiva desenvolvimentista (a partir do mercado interno) e social”. Neste contexto, programas de transferência direta de renda, como o Bolsa-Família, assumiram papel de destaque, por gerar “um ciclo virtuoso entre investimento e consumo pelo aumento do poder aquisitivo das famílias beneficiadas” e produzir forte impacto nas regiões metropolitanas e cidades médias com altos índices de desemprego, bem como nas cidades pequenas da área rural, onde persistiam bolsões de miséria e pobreza (AZEVEDO, 2011, p. 91). O gasto e o número de famílias atendidas pelo Bolsa Família aumentou gradativamente no período, atingindo 11 milhões de famílias às vésperas das eleições de 2006 (ZUCCO, 2010).

Conforme enfatiza Azevedo (2011), além do Bolsa Família, o governo Lula implantou outros programas sociais com grande impacto em clientela específicas, como o Luz para Todos e o Prouni - Programa Universidade para Todos. Recorrendo a dados do Governo Federal, o autor aponta que no segundo semestre de 2006 o Prouni atendia 47.057 estudantes com bolsas integrais e parciais e o Luz para Todos, no início de 2007, 6,2 milhões de pessoas correspondendo a 1,2 milhões de ligações de energia elétrica, sendo a maioria na área rural do Nordeste. Além destes programas, os indicadores econômicos têm papel de destaque na análise do autor:

Os indicadores econômicos positivos (inflação baixa, valorização do real, retomada do crescimento do PIB, aumento do emprego formal e do rendimento médio, etc.) exibidos no final do primeiro mandato do governo Lula lastreiam a expectativa otimista sobre o futuro do país e do progresso pessoal dos brasileiros (AZEVEDO, 2011, p. 92).

Referendam esta análise os dados da pesquisa de opinião Vox Populi realizada em 2006, que demonstram que a própria noção de democracia junto à opinião pública esteve fortemente imbricada à ideia de prosperidade econômica. Quando perguntados se durante o governo Lula o Brasil se tornou um país mais democrático, a maioria dos entrevistados respondeu afirmativamente e dentre as razões elencadas, mais de 60% atribuiu o fato ao aumento de oportunidades (estudo publicado no encarte *Tendências da Revista Opinião Pública* de junho de 2007).

O segundo mandato de Lula é marcado por amplo crescimento da economia do país, queda na taxa de desemprego e redução da informalidade. Os dados coletados por Azevedo (2011) dão conta de que, às vésperas da eleição de 2010, o PIB atingiu a marca dos 7,1% (o maior da década), superando em muito o do período FHC (2,3%); segundo o IBGE, em dezembro de 2010 a taxa de desemprego era de 5,4% da PEA, o menor resultado desde o início da série histórica iniciada em 2002, e o saldo de novos postos de trabalho formais (com carteira de trabalho assinada), considerando-se os dois mandatos, atingiu a casa dos 15 milhões de novas vagas. Por sua vez, o salário mínimo, também considerando-se os dois mandatos, teve um aumento deflacionado de 54% do seu valor (AZEVEDO, 2011, p. 93).

Ademais, houve redução da desigualdade de renda e o surgimento de uma nova classe média. O índice de Gini que, em 1990 era de 0,6091, em 2009 reduziu-se para 0,5448. Em junho de 2011, o estudo *Os Emergentes dos Emergentes*, coordenado por Marcelo Neri (2011) dá conta de que 40 milhões de pessoas ingressaram na classe C, e é neste estrato que o PT teve o seu apoio eleitoral mais firme, como demonstra Azevedo (2011), recorrendo aos dados de Datafolha (2011).

Tabela 23. Preferência partidária (%) pelo PT por estrato de renda familiar - Março 2011

Faixa de renda	Preferência pelo PT
Até 2 SM (classe E)	23
De 2 a 3 SM (classe D)	28
De 3 a 5 SM (classe C)	32
De 5 a 10 SM (classe AB)	29
Mais de 10 SM (classe AB)	16

Fonte: Datafolha 15-16/03/2011 apud AZEVEDO, 2011

E é em meio a este cenário econômico favorável e a uma conjuntura propícia à continuidade que ocorre a eleição presidencial de 2010. A primeira, desde a redemocratização do país, em que Lula não concorreu (AZEVEDO, 2011). Além do fato do presidente Lula não poder concorrer por restrição legal, visto estar completando seu segundo mandato como presidente²⁸, lideranças políticas que despontaram para a sucessão de Lula, como José Dirceu (ex-ministro da Casa Civil) e Antônio Palocci (ex-ministro da Fazenda) não tinham mais seus nomes postos para a corrida presidencial, devido às denúncias de corrupção e envolvimento em escândalos, conforme discutido anteriormente.

O próprio presidente Lula incumbiu-se da escolha do nome da pessoa que disputaria sua sucessão do lado governista, referendado pelo PT, e anunciou publicamente seu apoio à então ministra-chefe Dilma Rousseff, que havia assumido o posto de José Dirceu à frente do ministério mais importante do governo Lula, a Casa Civil.

Dilma Rousseff era neófito na disputa de cargos públicos, apesar de possuir carreira na esfera governamental, pois antes de assumir a Casa Civil

²⁸ A Constituição brasileira prevê que o presidente seja eleito diretamente pelo povo para um mandato de quatro anos, podendo ser reeleito uma vez. Em 2010 Lula não pôde ser candidato, uma vez que havia sido eleito em 2006 e reconduzido ao cargo de presidente em 2006.

havia sido ministra de Minas e Energia no governo Lula, secretária municipal da Fazenda da Prefeitura de Porto Alegre e secretária estadual de Minas e Energia do Estado do Rio Grande do Sul.

E foi justamente este aspecto que a oposição partidária e midiática buscou explorar, enfatizando que a candidata seria “fabricada” por Lula, e que, caso eleita, ele é quem mandaria. Recorda Valente (2011, p. 184) que Arnaldo Jabor, um dos comentaristas da Rede Globo mais críticos a Lula, afirmou pejorativamente em editorial do Estadão que Dilma havia sido “fabricada dos pés ao cabelo” e “abençoada pelo ‘Padim Ciço’ Lula”. Esta se mostrou uma estratégia desacertada para a oposição, visto que Lula dispunha de grande aprovação pessoal, acima dos 80%, e amplo poder de transferência de voto. Tais afirmações findaram por “colar” ainda mais a imagem de Dilma a Lula.

A candidatura de situação de Dilma Rousseff foi estruturada em uma ampla coalizão, que teve como candidato a vice Michel Temer, um influente político do Partido do Movimento Democrático Brasileiro. O PMDB, cujas principais características são o facciosismo exacerbado, o alto nível de disputa entre elites regionais e o amorfismo ideológico em nível nacional, é a maior máquina partidária do país (KINZO, 1988; FERREIRA, 2002 apud RIBEIRO). “Sua grande heterogeneidade regional lhe garante competitividade eleitoral em cada estado ou município, já que cada seção conta com ampla liberdade para traçar sua linha política, estratégias, coligações etc. [...] Partido *catch-all* brasileiro por excelência” (RIBEIRO, 2008, p. 57).

O principal competidor da oposição foi José Serra, do PSDB, político com ampla biografia política, foi ministro do Planejamento e da Saúde nos governos de FHC, governador do estado de São Paulo, prefeito da capital paulista, senador e deputado. Do lado oposicionista também foi formada uma ampla coalizão, repetindo o DEM na chapa como vice, desta vez representado por Índio da Costa.

Além da já clássica polarização entre PT e PSDB, no pleito de 2010 apresentou-se uma terceira força política com potencial eleitoral na

competição: a ex-petista Marina Silva, concorrendo pelo PV (Partido Verde). A candidatura de Marina Silva à Presidência da República começou a se desenhar imediatamente após sua saída do PT, em 19 de agosto de 2009. A principal alegação em sua carta de desfiliação ao partido consistiu no fato de que o PT, apesar de ter se constituído como um partido portador de uma visão progressista, não foi capaz de integrar a questão da sustentabilidade como uma bandeira estratégica e atualizar suas plataformas políticas para os temas do século XXI. Pouco antes de formalizar sua desfiliação, Marina Silva entregou a pasta de ministra do Meio Ambiente do governo Lula, cargo que ocupou de 2003 a meados de 2009, fato atribuído à ausência de uma estratégia governamental de conceder transversalidade à agenda ambiental, agravada pela tentativa empreendida pelo governo de revogar o plano de combate ao desmatamento.

Marina Silva foi militante histórica do movimento socioambiental e fundadora da CUT no Acre. Sua reputação continuou a ser construída em mandatos de vereadora, deputada estadual e senadora, eleita sempre com votações recordes, o que lhe deu legitimidade para que assumisse o Ministério do Meio Ambiente no governo Lula, cuja função lhe conferiu prestígio internacional. Esta trajetória possibilitou que Marina Silva se cacifasse para disputar a Presidência da República, cuja composição se deu com Guilherme Leal, empresário do ramo cosmético e integrante da lista dos homens mais ricos do mundo.

O destino ao Partido Verde era altamente presumível para Marina Silva dar continuidade à sua trajetória política, considerando que as principais agremiações nacionais já dispunham de postulantes próprios à presidência ou estavam estruturadas em alianças políticas em torno das candidaturas de Dilma Rousseff, do PT e de José Serra, do PSDB. Os pequenos partidos de esquerda do cenário brasileiro (como PCB, PCO, PSTU e PSOL), por sua vez, não seriam destinos viáveis, por não contemplarem a preocupação ecológica entre suas principais bandeiras, priorizando a defesa de reformas estruturais. Historicamente, às esquerdas, fortemente influenciadas pelo marxismo, coube a denúncia da situação de exploração vivenciada pelo proletariado e a

polarização entre as classes sociais no seio do sistema capitalista, cujos problemas deveriam ser combatidos no âmbito da economia política.

Já o Partido Verde abarca, desde a sua fundação, os conceitos de sustentabilidade e a compreensão da natureza como destinatária das ações políticas e econômicas do homem em sociedade, ao passo que não defende transformações estruturais de grande monta, tampouco questiona o modo de produção capitalista. Outro elemento a se ressaltar é o fato de que era bastante confortável que a ex-ministra do Meio Ambiente migrasse para um partido que viabilizasse sua candidatura e pudesse fazer alguns questionamentos apontando os limites do governo Lula, mas não uma oposição veemente a ele. Marina Silva, figura política formada nas fileiras do PT, teve a preocupação de não tecer grandes críticas ao governo Lula, que dispunha de uma avaliação predominantemente positiva, com a intenção explícita de não se indispor com seu eleitorado. Pretendia, neste sentido, permanecer em uma condição em que reivindicava a participação nas experiências bem-sucedidas do governo Lula, o qual havia integrado até recentemente, embora apontasse seus equívocos e se colocasse na condição daquela que apresentava mais condições para corrigi-los.

Este posicionamento em relação ao governo Lula pode ser apontado como um dos aspectos que explica que o flerte para uma aliança com o PSOL não tenha se efetivado, visto que Marina e seu novo partido não estavam dispostos a inserir no seu horizonte programático, por exemplo, a defesa de um processo de transformação no sentido de romper com o capitalismo. Apesar de criticar o discurso positivista de progresso típico dos séculos XIX e XX contidos nos programas adversários, sua candidatura não rompe com ele, tampouco contempla a possibilidade de contestação ao sistema. O máximo que o seu programa sinaliza é um desenvolvimento com sustentabilidade; suas propostas, portanto, mantêm-se dentro da lógica da ordem vigente. Embora em sua plataforma de sustentabilidade esteja contida uma crítica ao consumismo predatório - nuance socialista -, Marina Silva não adota uma postura anti-sistêmica, não colocando em questão a economia capitalista, mas propondo a correção das imperfeições no âmbito desse sistema.

Neste contexto, o PSOL - Partido Socialismo e Liberdade lançou uma candidatura própria, na figura do promotor público aposentado Plínio de Arruda Sampaio, ex-petista, intelectual de esquerda e militante político histórico, e também ex-deputado federal. A agremiação, criada a partir da expulsão de parlamentares petistas pelo fato de, sistematicamente, votarem contra projetos do governo, aglutinou militantes e lideranças descontentes com o PT. Por seu poder de retórica e formação política, Plínio teve uma participação importante em debates, levantando temas e polemizando em tom irônico os adversários. A desenvoltura de Plínio nos debates lhe rendeu grande visibilidade na Internet, tendo ocupado os *Trending Topics* do Twitter. Ao não ser convidado para o debate promovido pelo jornal Folha de São Paulo e pelo site UOL, Plínio promoveu uma participação paralela via Twitcam, figurando nos tópicos mais comentados do Twitter, ultrapassando os debatedores oficiais.

No pleito de 2010 verificaram-se, ainda, outras candidaturas menos expressivas, como a do ex-deputado federal José Maria Eymael pelo PSDC, de Ivan Pinheiro, do PCB, de Zé Maria, pelo PSTU, de Levy Fidelix pelo PRTB e de Rui Costa Pimenta, do PCO. Portanto, a disputa presidencial de 2010 contou com 9 candidaturas.

No que tange às intenções de voto, Dilma contava com ampla vantagem e estava cotada para vencer ainda no primeiro turno por maioria de votos até meados de setembro. Uma pesquisa do Instituto Ibope registrou em 16 de setembro 51% das intenções de voto na petista, contra 25% em Serra (quando o patamar de largada do tucano foi de 40% em fevereiro) e 11% de Marina Silva.

No entanto, novos acontecimentos políticos mudaram o rumo da disputa. Assim como nas eleições presidenciais de 2006, o pleito de 2010 foi marcado por escândalos políticos midiáticos. O primeiro deles, que não arrefeceu o potencial de voto de Dilma, tratou-se de uma denúncia de quebra de sigilo fiscal da filha do candidato tucano, Verônica Serra. O candidato e lideranças do PSDB buscaram vincular o episódio à campanha de Dilma. Foi

aberta sindicância e funcionários da Receita Federal foram chamados para explicar o caso.

Outro escândalo envolveu Erenice Guerra, ex-assessora direta de Dilma, que passou a ocupar o cargo de ministra-chefe da Casa Civil quando a candidata petista deixou a pasta para concorrer oficialmente à presidência. Em setembro de 2010, a revista *Veja* veiculou a denúncia de que o filho de Erenice Guerra teria cobrado propina de um empresário para facilitar a entrada de sua companhia na prestação de serviços para os Correios. Ele teria, inclusive, se encontrado com a própria Erenice para discutir a questão.

O jornal *O Estadão* também apresentou denúncias envolvendo o filho de Erenice Guerra, desta vez por parte de um consultor, que o acusava de cobrar propina para viabilizar um financiamento no Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social e ainda o valor de R\$ 5 milhões para ajudar na campanha de Dilma (edição de 16/9/2010 apud VALENTE, 2011). A denúncia foi rebatida pela falta de provas e pelo perfil do denunciante: “Dois e-mails recebidos de uma pessoa que acaba de sair da cadeia, condenado por interceptação de carga roubada e falsificação de dinheiro, serve de prova para o jornal”, criticou Luís Nassiff em seu blog em 17/9/2010 (apud VALENTE, 2011). No dia 16 de setembro, a ministra Erenice não resistiu às denúncias e, após um pedido do presidente Lula, deixou o governo.

Na segunda quinzena de setembro uma nova ofensiva foi promovida contra Dilma Rousseff. O tema não era mais a corrupção, e sim um assunto que foi abordado com cunho valorativo e religioso: o aborto.

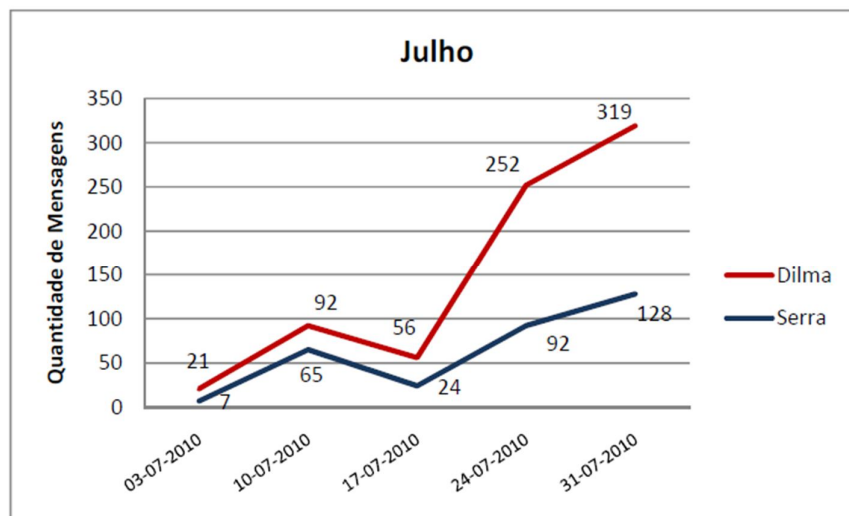
Matéria publicada no *Estadão* e lembrada por Cervellini et al. (2011) dão conta de que foi durante a gestão de José Serra enquanto Ministro da Saúde do governo FHC que ocorreu a normatização da realização de aborto nos casos permitidos por lei (gravidez fruto de estupro e risco de vida da mãe) no Sistema Único de Saúde (SUS). À época Serra era esquivo quando se mencionava o assunto, mas quando concorreu pela primeira vez à Presidência da República em 2002, foi a público posicionar-se contra a descriminalização do aborto, utilizando o termo “morticínio”. Dilma Rousseff, por sua vez,

durante uma sabatina do jornal Folha de São Paulo em 2007, afirmou que o fato do aborto não ser regulamentado era uma questão de saúde pública, e não de foro íntimo; em 2009 a então Ministra da Casa Civil, em uma entrevista à revista Marie Claire teria afirmado: "Duvido que alguém se sinta confortável em fazer um aborto. Agora, isso não pode ser justificativa para que não haja a legalização. Há uma quantidade enorme de mulheres que morrem porque tentam abortar em condições precárias" (publicado no Estadão de 5 de outubro de 2010).

Em 2009 o governo Lula lançou o PNDH-3 - Programa Nacional de Direitos Humanos, que abordava, dentre outros temas, a descriminalização do aborto, a união civil entre homossexuais e a regularização da atividade de profissional do sexo. As declarações de Dilma e o lançamento do PNDH-3 foram fortemente explorados pela oposição e ganharam grande dimensão na Internet, com a adesão de diversas comunidades religiosas (evangélicas e católicas). A candidata petista, que defendia que o tema fosse tratado como assunto de saúde pública, teve sua imagem desconstruída como uma mulher "que era a favor de matar criancinhas", conforme relata matéria publicada em 20/10/2010 na Agência Carta Maior citada por Valente (2011).

Merece destaque o uso do potencial viral da Internet para a repercussão da polêmica sobre o aborto. Enquanto em um primeiro momento a grande imprensa tratou a discussão de maneira secundária, pois, conforme demonstram Cervellini et al (2011) outras pautas mereciam amplo destaque, - como os tópicos de programa de governo do PT de taxaço de grandes fortunas e o combate ao monopólio da mídia, a acusação do vice de Serra de que Dilma e o PT tinham ligação com o tráfico de drogas e com as FARC - Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia -, o tema já era discutido na Internet. As métricas e o monitoramento de fóruns, blogs e grupos de discussão realizados pelo IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online, registravam em julho de 2010 a ocorrência de 749 mensagens com o termo "dilma aborto" e 340 com "serra aborto" na web (CERVELLINI et al, 2011).

Gráfico 14. Número de menções ao termo “dilma aborto” e “serra aborto” na Internet durante o mês de Julho/2010



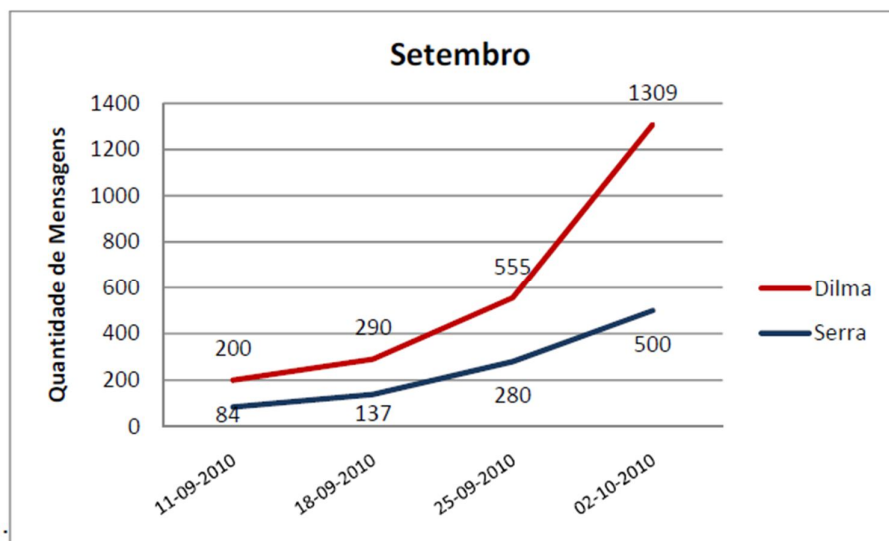
Fonte: *BuzzMetrics* - IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online apud Cervellini et al (2011)

Um levantamento feito pelo blogueiro Adriano Schoer, divulgado no blog *Escrevinhador*, dava conta da ação da Igreja²⁹ e indicava *links* de vídeos do Youtube postados a partir de março, com sermões de lideranças religiosas tecendo críticas à Dilma (CERVELLINI et al, 2011).

Posteriormente, a mídia tradicional encampou a pauta e massificou ainda mais a polêmica. A revista *Veja* realizou uma matéria de capa sobre o tema, atribuindo à Dilma uma postura contraditória a respeito do aborto. Pela Internet e em igrejas de todo o Brasil aumentou ainda mais a proporção de mensagens contra o voto na candidata. A análise do *BuzzMetrics* de setembro revelou um crescimento expressivo de mensagens com os termos “dilma aborto” (158%) e “serra aborto” (132%). Foram registradas 2.354 mensagens com o termo “dilma aborto” e 1.001 com “serra aborto”.

²⁹ A pesquisa ESEB 2010 aponta que a avaliação positiva das instituições colocava a igreja católica como a primeira colocada com 68,5%, seguida pela Rede Globo (64,8%) e logo pela igreja evangélica, que apareceu com 58,6%. Nesta mesma pesquisa os partidos políticos ocuparam a última posição com 19,4%.

Gráfico 15. Número de menções ao termo “dilma aborto” e “serra aborto” na Internet durante o mês de Setembro/2010



Fonte: *BuzzMetrics* - IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online apud Cervellini et al (2011)

Além do termo “dilma aborto” as métricas demonstraram que outros termos correlatos foram procurados nos sistemas de busca da Internet, e sempre com conotação religiosa. Resende e Chagas (2011), acionando os dados do *BuzzMetrics*, demonstram a relevância na discussão eleitoral na Internet o suposto ateísmo ou desprezo pela religião por parte de Dilma, bem como a frequência de termos como “dilma cristo”, “dilma deus”, “dilma jesus” nos mecanismos de busca. Houve também considerável número de pesquisas pelo nome do vice de Dilma, Michel Temer, associado ao termo “satanista”. Tais pesquisas por meio do Google estiveram associadas aos boatos que circularam na Internet a respeito do suposto envolvimento de Michel Temer com práticas satanistas e de que teria um filho ilegítimo, Daniel Mastral, que seria satanista.

A pesquisa de sentimentos relacionados aos candidatos apresentada no gráfico 22 demonstra que, durante o primeiro turno, foi alto o percentual de mensagens negativas a respeito de Dilma que circulou na rede, bem como de termos negativos relacionados ao seu nome em motores de busca. Este dado demonstra que a campanha de Dilma não investiu fortemente em

estratégias de SEO (*Search Engine Optimization*), visando aumentar sua visibilidade positiva nas buscas orgânicas realizadas no Google. Estar bem posicionado na ordem dos resultados é crucial, pois no Google a grande maioria de internautas tende a olhar somente os primeiros dez links.

Assim como a equipe de McCain no pleito norte-americano em 2008, a equipe de Dilma descuidou de sua presença na rede. Já a equipe de Obama soube explorar este aspecto, incentivando partidários a criarem blogs e a participarem de redes sociais para disseminarem os links de conteúdos oficiais e a produzirem seus próprios conteúdos desmentindo os boatos que surgiam. Considerando que um dos critérios do Google para a relevância dos resultados é o número de links daquela página em outros sites, as buscas relacionadas aos boatos em relação a Obama em pouco tempo já apresentavam defesas e explicações entre os primeiros resultados (Andrew Rasiej, Personal Democracy Forum / Conferencia Aranjuez, Julio 2010).

Não obstante, no caso de Dilma os blogs cumpriram um papel importante de contestação. Conforme demonstram Araujo, Penteadó e Santos (2011), inúmeros blogueiros acusaram os grandes meios de comunicação de realizar uma campanha sistemática para desestabilizar a candidatura petista e servir aos interesses de José Serra, atuar de forma partidária e produzir “factoides”, cunhando o termo PIG - Partido da Imprensa Golpista.

Impactada pela onda religiosa e conservadora, a disputa do primeiro turno sofreu uma reviravolta com a “onda verde”, nome dado ao crescimento da candidata Marina Silva na reta final. De cerca de 11% no meio de setembro, ela chegou a uma votação de 19,33% no dia 3 de outubro. Dilma, que oscilava na casa dos 50%, ficou com 46,91%.

Gráfico 16. Resultado eleitoral. Eleições presidenciais, Brasil, 2010, Primeiro Turno



Fonte: autoria própria

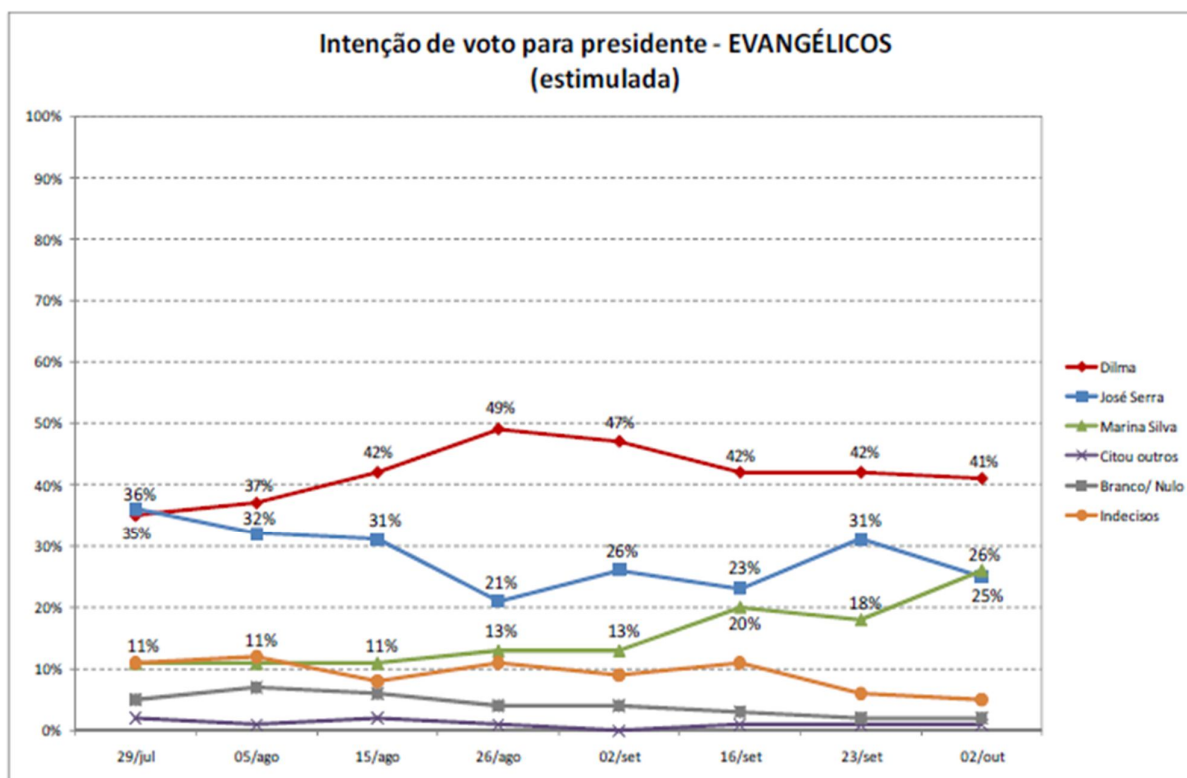
A candidatura de Marina Silva ampliou de maneira surpreendente seu potencial de voto às vésperas do primeiro turno. “Enquanto Dilma perdia intenção de votos, que duas semanas antes da eleição lhe davam vitória no primeiro turno, a principal beneficiária terminou sendo Marina Silva que, na condição de *tertius*, terminou com uma expressiva votação e forçou a realização do segundo turno” (AZEVEDO, 2011).

Cervellini et al. (2011) acionam dados das pesquisas do Ibope para demonstrar que a polêmica em torno da legalização do aborto foi decisiva para levar a competição para o segundo turno e responsável pelo crescimento de Marina na reta final, tendo um peso muito maior no refluxo das intenções de voto em Dilma se comparado ao caso Erenice, por exemplo.

As pesquisas de intenção de voto apontaram que, na primeira quinzena de setembro, o movimento ascendente de Marina Silva não era acompanhado de perdas significativas, nem sucessivas, de Dilma,

caracterizando-se uma migração de indecisos para a candidata do Partido Verde. Contudo, após a intensificação da polêmica do aborto, a partir da segunda quinzena de setembro constatou-se queda nas intenções de voto em Dilma Rousseff e crescimento de Marina Silva; o único cruzamento que apresentava uma queda mais significativa e consistente da candidata do PT era justamente por religião. Com efeito, entre os eleitores evangélicos, dos 49% obtidos por Dilma em 26 de Agosto, seu índice oscilou para 47% em 2 de Setembro e novamente para 42% em 16 de Setembro. Ao mesmo tempo, Marina Silva chegou em 13%, manteve na semana seguinte e subiu para 20% em 16 de Setembro (CERVELLINI et al., 2011).

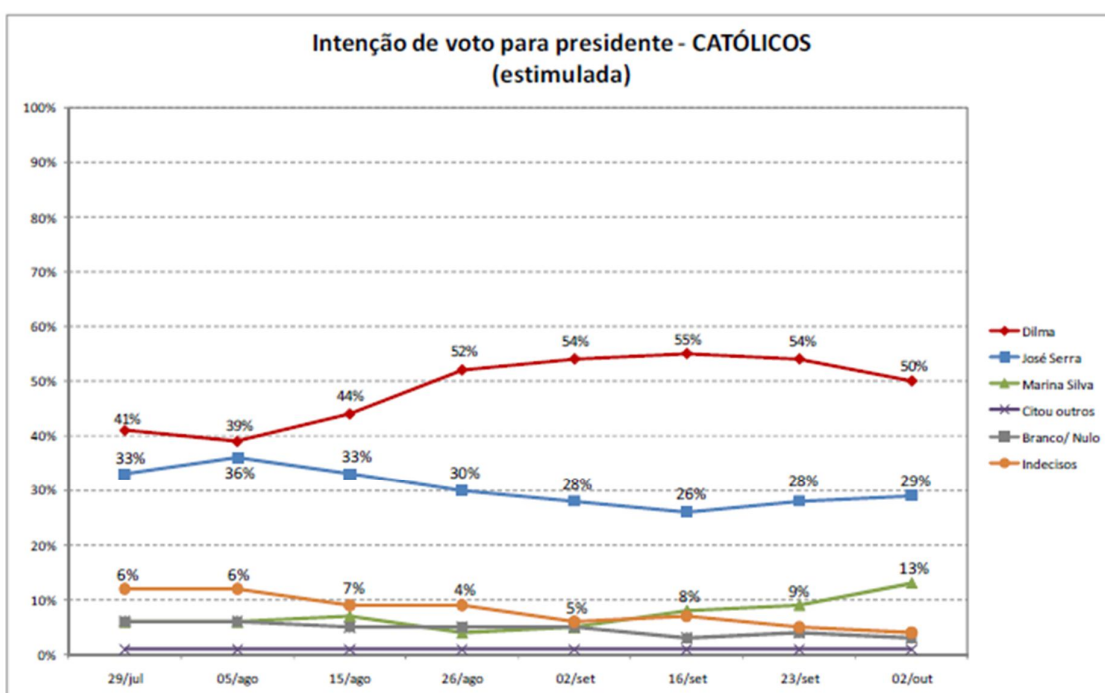
Gráfico 17. Evolução da intenção de voto para Presidente - Evangélicos - Brasil - Julho a Outubro/2010 - 1º turno



Fonte: IBOPE Inteligência apud Cervellini et al., 2011

Contudo, enfatizam Cervellini et al. (2011), que se o movimento tivesse se restringido aos evangélicos, não teria impacto suficiente para levar a decisão ao segundo turno. Mas também entre o eleitorado católico constatou-se a migração de eleitores de Dilma para outros candidatos, o que não ocorreu com o restante do eleitorado com outras denominações religiosas minoritárias ou sem religião.

Gráfico 18. Evolução da intenção de voto para Presidente - Católicos - Brasil - Julho a Outubro/2010 - 1º turno



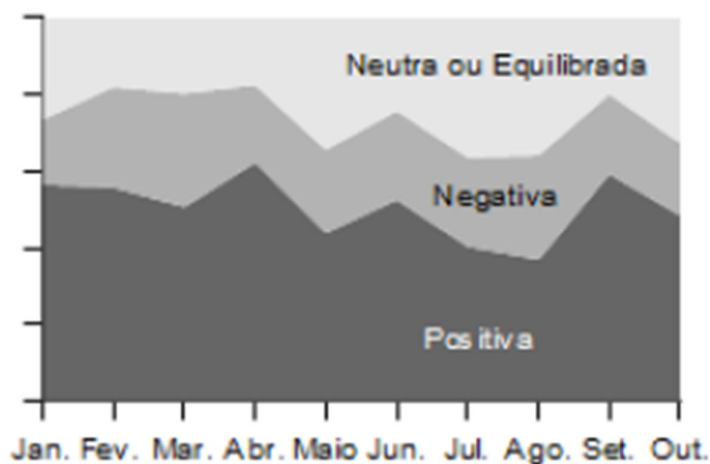
Fonte: IBOPE Inteligência apud Cervellini et al, 2011

O estudo de Peixoto e Rennó (2011) com dados do ESEB também destaca o efeito político da denominação religiosa. De acordo com os autores, os eleitores evangélicos apresentaram um padrão de voto bastante consistente no primeiro e segundo turnos das eleições, tendo uma probabilidade grande de votar em oposição à Dilma Rousseff. No primeiro turno, esse voto foi galvanizado por Marina Silva; no segundo turno, esses mesmos eleitores parecem ter se distribuído pela escolha por José Serra, e os

evangélicos pentecostais tendo optado por um voto em branco ou por não comparecer.

No que tange ao comportamento da mídia durante o primeiro turno, com Serra sem perspectiva de crescimento, vários veículos apostaram na concorrente do PV como forma de garantir a realização do segundo turno. Recorrendo aos dados do DOXA, Bezerra e Mundim (2011) demonstram que, se comparado ao pleito de 2006 (ALDÉ, FIGUEIREDO e MENDES, 2007), a cobertura aos candidatos realizada pelos três principais jornais do país (Folha de São Paulo, O Globo e O Estado de São Paulo) foi mais equilibrada. No entanto, a cobertura que destoou foi a de Marina Silva (PV), bem mais positiva do que negativa, neutra ou equilibrada. Foi exatamente entre setembro e outubro de 2010 que a candidata do PV atingiu cerca de 60% de cobertura positiva. Para os autores, essa pode ter sido uma das razões pelas quais a candidata do PV conseguiu melhorar o seu desempenho nas intenções de voto no último mês de campanha.

Gráfico 19. Percentual positivo, negativo e neutro da cobertura dos jornais Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo à candidatura de Marina Silva



Fonte: DOXA-IESP, 2010 apud BEZERRA; MUNDIM, 2011

Analisando o papel das variáveis midiáticas na eleição presidencial de 2010 a partir dos dados do ESEB, Bezerra e Mundim (2011) concluem que o impacto da mídia foi mais favorável a Serra do que a Dilma. Houve uma

predisposição maior entre os eleitores expostos ao conteúdo dos principais veículos de informação do país a votarem em Serra. Os dados trabalhados também sugeriram que uma maior exposição aos jornais e ao programa Brasil Urgente, apresentado por José Luiz Datena, aumentaram a probabilidade do eleitor não comparecer às urnas ou de votar branco ou nulo, mas não em Dilma (BEZERRA; MUNDIM, 2011).

No segundo turno, o tema aborto é retomado com força. Aguiar (2010 apud VALENTE, 2011), analisando a cobertura midiática de 1º de setembro a 20 de outubro, demonstrou que o tema, que praticamente não tinha tratamento prévio pela mídia, chegou ao patamar de 430 citações no dia 8 de outubro.

A candidata petista, reconhecendo o papel significativo do voto religioso e conservador, dá continuidade a estratégias já iniciadas no primeiro turno, visando minimizar os efeitos de antigas declarações, com materiais específicos ao eleitorado religioso, como o boletim “13 motivos para o cristão votar em Dilma”.

Os efeitos da exploração do tema na campanha eleitoral foram extensivos à opinião do público sobre o aborto. Nas pesquisas de 2010, constatou-se um aumento significativo daqueles que se declararam contrários à legalização do aborto, conforme demonstra a tabela 25 com os resultados da pesquisa IBOPE, cuja amostra foi composta por 2002 pessoas com 16 anos ou mais, citadas por Cervellini et al.(2011).

Tabela 24. Opinião em relação à legalização do aborto

	Dez/01	Mar/07	Nov/08	Mar/10	Out/10
A favor/ aprova	15	11	18	15	10
Contra/ desaprova	79	85	69	72	78
Nem a favor nem contra (Esp.)/ Não tem opinião formada/ NS/NR	5	4	13	13	11

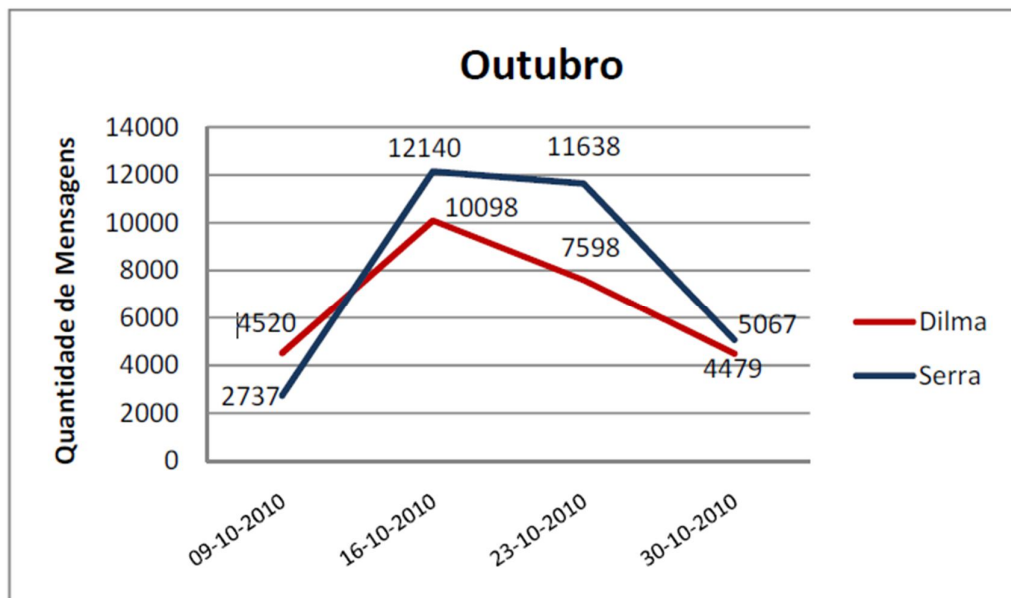
Fonte: IBOPE - Pesquisa nacional com população de 16 anos e mais. Amostra: 2002 entrevistas

Durante a primeira quinzena do segundo turno, o debate político nos programas eleitorais, na grande imprensa e na Internet, girou quase que exclusivamente em torno da questão religiosa, dos valores cristãos e da preservação da vida. O assunto só saiu da pauta da oposição na semana do debate presidencial na Rede Bandeirantes, ocorrido no dia 10 de outubro.

Na mesma semana do debate, uma ex-aluna da esposa de José Serra tornou público na rede social *Facebook* que a própria Mônica Serra havia assumido durante uma aula que ela tinha praticado um aborto na época da ditadura e exílio, devido às condições em que se encontrava. O depoimento da ex-aluna de Mônica Serra no Instituto de Artes da Unicamp assume ampla dimensão na rede eletrônica e, apesar de ter sido ignorado pela maior emissora de TV, Rede Globo, foi disseminado por alguns veículos como a revista *Isto É*, que deu espaço ao contra-ataque à ofensiva religiosa anti-Dilma. “Por que uma simples nota da Assessoria do PSDB negando o aborto da mulher de seu presidente ao invés de deixar a onda se acabar na praia não produziu o que se esperaria de um jornalismo minimamente independente: aumentar o esforço investigativo em torno do caso? Afinal, não era ela que há algumas semanas panfletava em Nova Iguaçu (RJ) bradando que Dilma Rousseff (PT) ‘é a favor de matar criancinhas?’”, perguntou (VALENTE, 2011).

Este novo acontecimento levou a uma importante inflexão concernente ao tema aborto na segunda quinzena de outubro, pois os dados do *BuzzMetrics* apresentados por Cervellini et al. (2011) deram conta de que o número de mensagens com o termo “serra aborto” havia ultrapassado o de “dilma aborto”. O total de mensagens com menções a “serra aborto” (e “monica serra aborto”) foi de 30.581, um crescimento de 3.065% em relação ao mês de setembro. No que se refere ao termo “dilma aborto” foram totalizadas 26.695 mensagens, um aumento de 3.055%.

Gráfico 20. Número de menções ao termo “dilma aborto” e “serra aborto” na Internet durante o mês de Outubro/2010



Fonte: *BuzzMetrics* - IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online apud Cervellini et al (2011)

Este fato “teve o efeito de “nivelar” os dois concorrentes aos olhos das comunidades religiosas, permitindo que o contexto político original dessa eleição voltasse ao centro do processo de decisão eleitoral e levasse ao resultado final esperado: vitória tranquila da candidata situacionista” (CERVELLINI et al., 2011, p. 14).

Além deste episódio, a campanha tucana passou à defensiva no campo ético diante de um contra-escândalo midiático. Durante o debate presidencial na Rede Bandeirantes, Dilma Rousseff pediu explicações a José Serra a respeito de uma matéria da revista *Isto É* sobre um suposto golpe de um ex-integrante do governo Serra no estado de São Paulo, conhecido como Paulo Preto, que teria resultado no sumiço de mais de R\$ 4 milhões arrecadados de forma desconhecida que seriam destinados à campanha de José Serra. Serra negou conhecer o engenheiro, fazendo com que o episódio adquirisse grandes proporções, já que Paulo Preto, sentindo-se abandonado, passou a fazer ameaças públicas ao candidato.

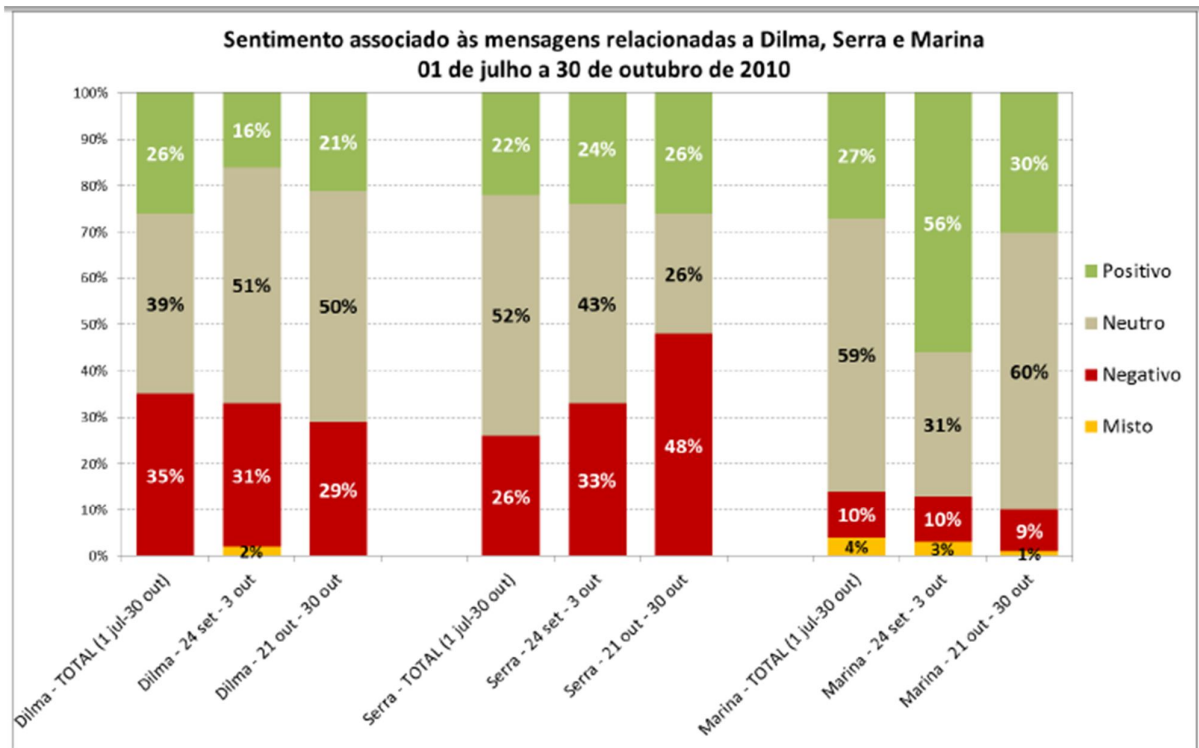
A Rede Record de Televisão veiculou matéria destrinchando o caso e enfatizando a ligação de José Serra com Paulo Preto, pois também sua filha havia ocupado um cargo de confiança no cerimonial do governo de São Paulo durante a gestão Serra. Também veiculou o candidato tucano afirmando que nunca tinha ouvido falar do homem, em um primeiro momento, e posteriormente referindo-se a ele como uma pessoa muito competente. Já a rede Globo preferiu não repercutir a denúncia, assim como fez no caso da declaração do suposto aborto de Mônica Serra (VALENTE, 2011).

Alguns dias depois, José Serra protagoniza outra polêmica, que fica conhecida como “Caso da Bolinha de Papel”. No dia 20 de outubro, Serra fazia uma caminhada no bairro Campo Grande, no Rio de Janeiro, quando foi acertado por uma bola de papel. O candidato veiculou a versão de que um segundo objeto teria sido arremessado por militantes do PT, tornando necessário um atendimento médico.

Uma matéria do Jornal Nacional na Rede Globo veiculou a versão de que Serra havia sido atingido por um rolo de fita crepe, sem comprová-la com imagens. Já no canal SBT o episódio é descrito de forma bem diferente: Serra entra em uma van, mas retorna e continua a caminhada. Recebe um telefonema e coloca as mãos na cabeça. Frente à polêmica, o presidente Lula posicionou-se, criticando Serra e afirmando que ele encenou uma suposta agressão. “Venderam o dia inteiro que esse homem tinha sido atingido. Uma mentira mais grave do que aquela daquele goleiro do Chile que no Maracanã caiu e fingiu que um foguete tinha machucado ele. Primeiro bateu uma bola de papel na cabeça do candidato. Ele nem deu toque para a bola porque ele baixou a cabeça e continuou andando. 20 minutos depois, este cidadão recebe um telefonema e a partir do telefonema ele bota a mão na cabeça e vai ser atendido por um médico que foi secretário da saúde no governo do prefeito César Maia e presidente do INCA quando ele era ministro”, disse em entrevista que foi ao ar na própria matéria do Jornal Nacional e descrita por Valente (2011).

Mais uma vez as redes sociais entram em cena: o episódio virou piada no Twitter, quando internautas criaram algumas *hashtags* para ridicularizar a suposta agressão ao Serra. As que mais repercutiram foram as *hashtags* #bolinhadepapelfacts e #serrarojas (fazendo alusão ao goleiro da seleção chilena, Rojas, que simulou ter sido acertado por um morteiro em um jogo contra a seleção brasileira), que chegou aos *trend topics* do Twitter.

Gráfico 21. Pesquisa de sentimentos relacionados às pesquisas web sobre os candidatos



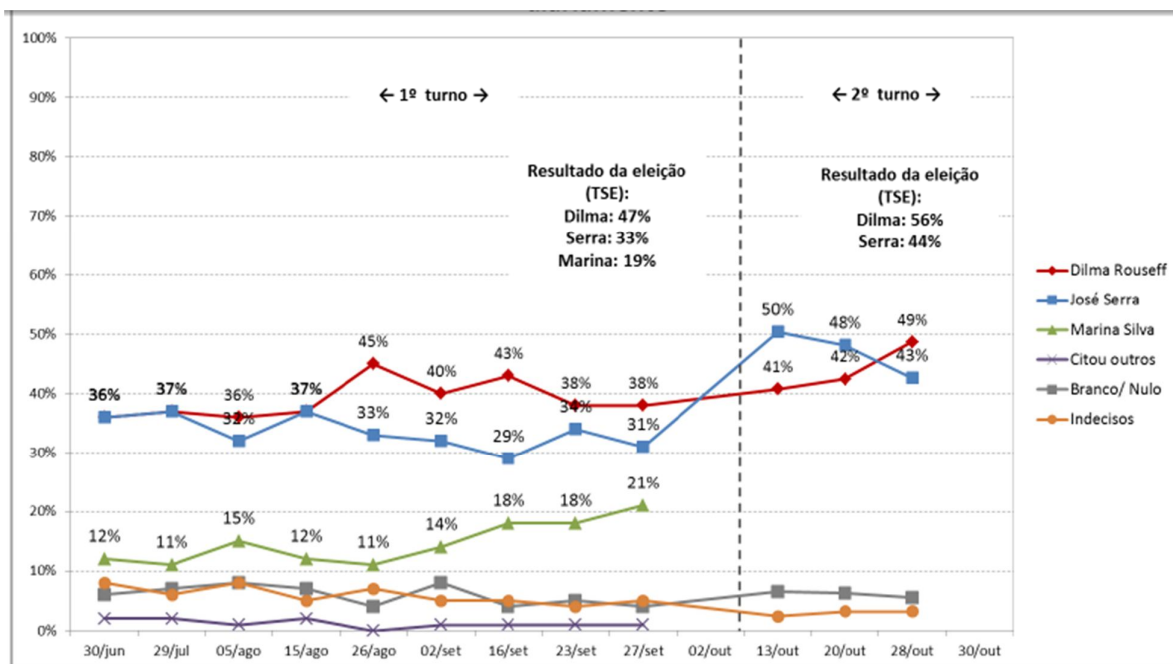
Fonte: Resende; Chagas (2011) com dados do BuzzMetrics - IBOPE Nielsen Online.

A análise de conteúdos e sentimentos (gráfico 21) das buscas realizadas por internautas e das mensagens que circularam a respeito de José Serra nas redes sociais, grupos de discussão e blogs, demonstrou que o episódio “bolinha de papel” e a polêmica de manipulação e montagem de imagens que simulassem a agressão repercutiram negativamente à sua candidatura. Do mesmo modo, o fato de Serra empregar a filha de Paulo Preto e denúncias de fraudes em licitações do Metrô de São Paulo. Resende e Chagas (2011, p. 34) analisam que “o significativo volume de referências

negativas ao candidato José Serra nas mensagens que circularam a respeito dele nas redes sociais, grupos de discussão e blogs entre 21 e 30 de outubro (em torno de 212 mil mensagens) acompanha a tendência de queda na intenção de voto no candidato no mesmo período”.

Recorrendo às pesquisas realizadas pelo Ibope Inteligência durante o período da campanha eleitoral de 2010 para comparar as disposições eleitorais a partir do acesso dos internautas ao espaço virtual da rede mundial de computadores, é possível verificar que diferenças importantes em relação às intenções de voto em geral. Entre os internautas, Dilma e Serra mantiveram-se empatados até meados de agosto e, embora a partir deste ponto a candidata petista tenha aberto vantagem sobre seu principal adversário, a diferença se manteve num patamar muito menor que o observado no conjunto dos eleitores (RESENDE; CHAGAS, 2011).

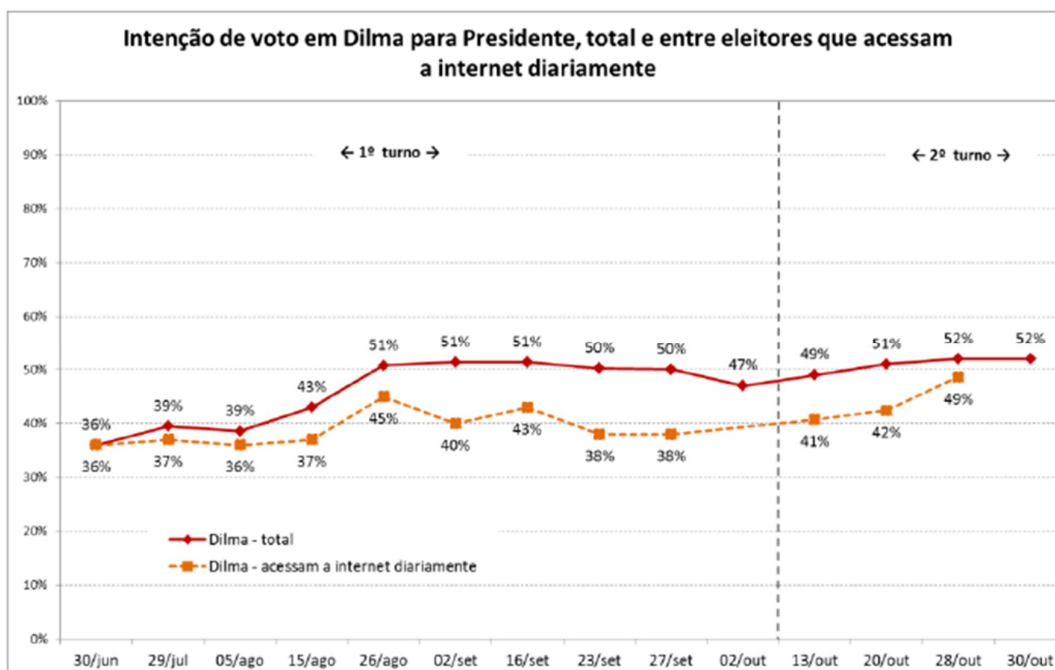
Gráfico 22. Intenção de voto para Presidente, entre eleitores que acessam a Internet diariamente - Brasil, 2010



Fonte: RESENDE; CHAGAS, 2011, com dados de pesquisas nacionais de opinião pública, realizadas pelo IBOPE Inteligência.

Na passagem do 1º para o 2º turno, a posição relativa dos dois principais candidatos se inverteu e na pesquisa divulgada em 13 de outubro, Serra abriu 9 pontos percentuais de vantagem sobre a candidata Dilma Rousseff, mantendo esta liderança até a semana seguinte (20 de outubro), mas perdendo-a no último período analisado, quando a petista recuperou a liderança das intenções de voto entre internautas com 6 pontos percentuais acima do candidato do PSDB (RESENDE; CHAGAS, 2011).

Gráfico 23. Intenção de voto em Dilma Rousseff para Presidente, total e entre eleitores que acessam a internet diariamente - Brasil, 2010



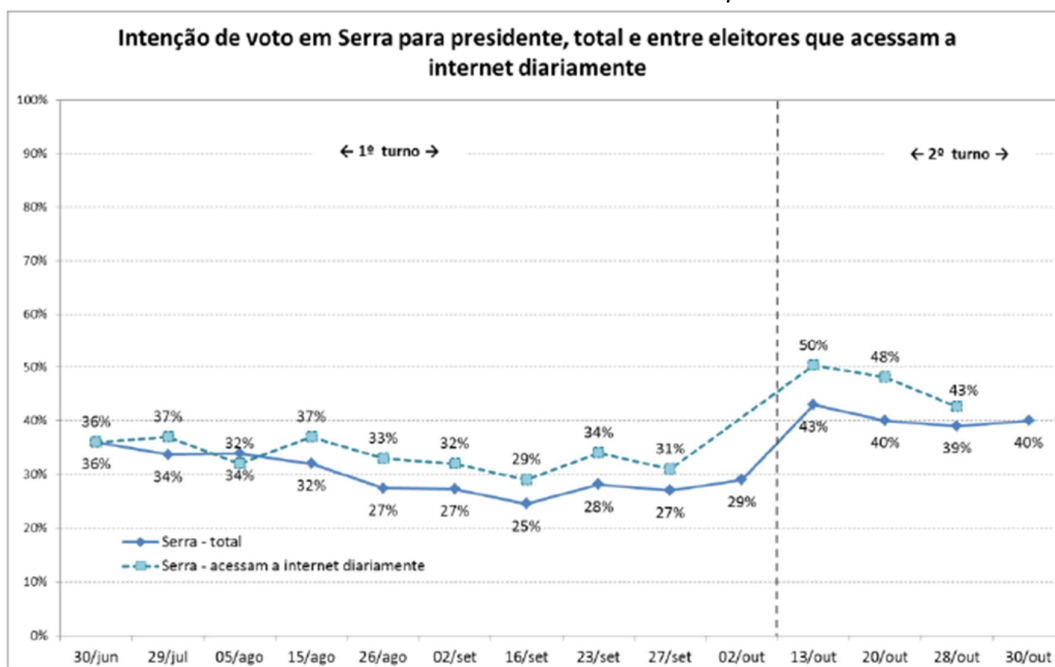
Fonte: RESENDE; CHAGAS, 2011, com dados de pesquisas nacionais de opinião pública, realizadas pelo IBOPE Inteligência.

Outro aspecto importante da disputa eleitoral neste grupo de eleitores é o melhor desempenho da candidata Marina Silva que, durante toda campanha eleitoral de 1º turno, manteve-se acima de 10% das intenções de voto e chegou às vésperas da eleição com o apoio de cerca de 20% do eleitorado usuário de Internet. Tais resultados indicam que entre os eleitores

com acesso e uso diário da web, a disputa eleitoral pela Presidência em 2010 foi mais competitiva que entre os eleitores não-conectados, sugerindo uma mobilização mais intensa em torno das candidaturas por parte dos cidadãos que utilizam a rede cotidianamente (RESENDE; CHAGAS, 2011).

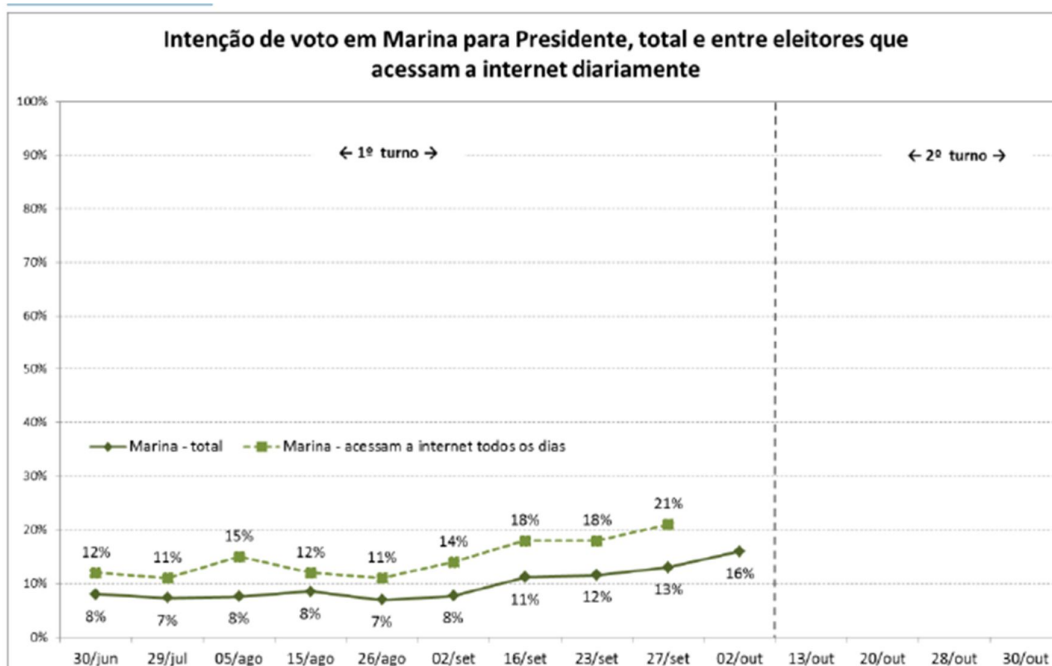
Analisando os dados estratificados por candidato, observa-se que no caso de Dilma, a candidata teve uma intenção de voto em geral menor no grupo de eleitores que acessavam a Internet diariamente, ao passo que José Serra e Marina Silva experimentaram o contrário: entre os eleitores usuários cotidianos da web, o desempenho destes candidatos foi, em geral, superior ao observado na média dos eleitores, com destaque para a candidata do PV, que obteve entre os internautas uma intenção de voto de 4 a 8 pontos percentuais acima da encontrada entre os eleitores em geral (RESENDE; CHAGAS, 2011).

Gráfico 24. Intenção de voto em José Serra para Presidente, total e entre eleitores que acessam a internet diariamente - Brasil, 2010



Fonte: RESENDE; CHAGAS, 2011, com dados de pesquisas nacionais de opinião pública, realizadas pelo IBOPE Inteligência

Gráfico 25. Intenção de voto em Marina Silva para Presidente, total e entre eleitores que acessam a Internet diariamente - Brasil, 2010



Fonte: RESENDE; CHAGAS, 2011, com dados de pesquisas nacionais de opinião pública, realizadas pelo IBOPE Inteligência

Os dados do IBOPE (apud RESENDE; CHAGAS, 2011) indicam que o pico de mensagens sobre Dilma, Serra e Marina que circularam nas redes sociais e na blogosfera ocorreu após o 1º turno, em 17 de outubro, quando os dois primeiros candidatos foram citados em cerca de 42 mil mensagens cada um e Marina Silva esteve presente em aproximadamente 16 mil mensagens. Justamente no período em que houve a realização de dois debates entre Dilma e Serra na televisão (Rede Bandeirantes em 10 de outubro e Rede TV em 17 de outubro) e um posicionamento mais ofensivo da campanha e militantes petistas, de modo a reverter a ascensão de Serra após este ter conseguido levar a eleição presidencial para o 2º turno, especialmente explorando os episódios da ex-aluna de Mônica Serra e o suposto aborto, da ligação de Serra com Paulo Preto e a apreensão de milhões de panfletos com conteúdo contrário a Dilma Rousseff, supostamente encomendados por uma seção da CNBB (RESENDE; CHAGAS, 2011).

Nesse momento da disputa, a diferença entre Dilma e Serra, que havia diminuído no início do segundo turno, estabilizou-se. Retomando o patamar inicial da disputa em torno das comparações entre as gestões de Lula e FHC, do tema das privatizações e do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento), a candidata governista pôde se beneficiar de um “voto retrospectivo” que premiou a gestão Lula (AZEVEDO, 2011). No dia 31 de outubro, Dilma obteve 56,05% dos votos, enquanto Serra conquistou 43,95%.

Tabela 25. Resultado das eleições presidenciais - Brasil - 2010

Candidato(a)	Vice	1º Turno 3 de outubro de 2010		2º Turno 31 de outubro de 2010	
		Votação			
		Total	Porcentagem	Total	Porcentagem
Dilma Rousseff (PT)	Michel Temer (PMDB)	47.651.434	46,91%	55.752.529	56,05%
José Serra (PSDB)	Indio da Costa (DEM)	33.132.283	32,61%	43.711.388	43,95%
Marina Silva (PV)	Guilherme Leal (PV)	19.636.359	19,33%		
Plínio de Arruda Sampaio (PSOL)	Hamilton Assis (PSOL)	886.816	0,87%		
José Maria Eymael (PSDC)	José Paulo da Silva Neto (PSDC)	89.350	0,09%		
José Maria de Almeida (PSTU)	Cláudia Durans (PSTU)	84.609	0,08%		
Levy Fidélis (PRTB)	Luiz Eduardo Ayres Duarte (PRTB)	57.960	0,06%		
Ivan Pinheiro (PCB)	Edmilson Costa (PCB)	39.136	0,04%		
Rui Costa Pimenta (PCO)	Edson Dorta Silva (PCO)	12.206	0,01%		
Total de votos válidos		101.590.153	91,36%	99.463.917	93,30%
→ Votos em branco		3.479.340	3,13%	2.452.597	2,30%
→ Votos nulos		6.124.254	5,51%	4.689.428	4,40%
Total		111.193.747	81,88%	106.606.214	78,50%
Abstenções		24.610.296	18,12%	29.197.152	21,50%
Total de inscritos		135.804.433	100,00%	135.804.433	100,00%

 Eleita

Fonte: TSE apud Wikipedia

Analisando o padrão de voto no primeiro turno com base nos dados do ESEB 2010, Peixoto e Rennó (2011) dão conta de que os fatores que influenciaram o voto em Dilma foram: ter votado em Lula em 2006, ser simpático ao PT, avaliar positivamente o governo Lula e ter percepção de mobilidade social ascendente. Ser evangélico, ter a cor da pele branca e

simpatizar com o PSDB foram fatores que aumentaram a probabilidade de voto em Serra.

3. Normatização do uso da Internet nas eleições de 2010

Analisando, por fim, o quesito normatização do uso da Internet, verificamos que o pleito de 2010 foi diferenciado. No que se refere aos aspectos jurídicos da propaganda eleitoral na Internet no Brasil no período anterior, enquanto nas eleições presidenciais de 2006 não existiam regras claras (existiam apenas 3 menções sobre Internet na Resolução 22.261) (IASULAITIS, 2008), as eleições municipais de 2008 foram marcadas por severas restrições em relação ao uso da Internet. Em 2008 não havia uma lei, e sim a resolução 22.718 do TSE, que regulamentava o uso da Internet e limitava as possibilidades de ação apenas aos sites dos candidatos e estabelecia parâmetros de limpeza virtual de todo conteúdo de propaganda até 48 horas antes do pleito.

A Resolução expedida pelo Tribunal Superior Eleitoral em 2008 foi amplamente questionada, pois o TSE não detém poder legislativo, e sim regulamentador. Assim, a ausência de uma lei específica que regulasse as campanhas online no Brasil, somada à importância adquirida pelo uso da Internet na campanha eleitoral norte-americana em 2008, animou os debates sobre o tema no Brasil. Assim, no ano de 2009 é realizada uma Reforma Eleitoral com a Lei n. 12.034, que altera a Lei Eleitoral 9.504 de 1997; a lei de 2009 passou a reconhecer oficialmente a Internet como plataforma de campanha e a regulamentar em vários aspectos as ações no âmbito da rede eletrônica. Considerando que o TSE regulamenta esta lei a cada ano eleitoral, no pleito de 2010 estava vigente a Resolução nº 23.191/2009, que dispôs sobre a propaganda eleitoral na Internet especificamente para as eleições de 2010.

Na corrida eleitoral de 2010 foi permitida a veiculação de propaganda a partir do dia 6 de julho. No entanto, não se caracterizava propaganda extemporânea a manutenção de página na Internet anteriormente

a este prazo, desde que nela não se verificasse pedido de votos, menção ao número do candidato ou ao de seu partido, bem como qualquer outra referência à eleição.

O Artigo 20 da Resolução 23.191 de 2009 autorizava a propaganda eleitoral nos sites dos candidatos, desde que fossem satisfeitas as seguintes condições: que o endereço eletrônico fosse comunicado à Justiça Eleitoral e o site fosse hospedado em provedor nacional.

Também foi autorizada propaganda por meio de mensagens eletrônicas, desde que a lista de e-mails fosse obtida gratuitamente, sendo vedada a compra de banco de dados, bem como a utilização de cadastros de órgãos da administração pública direta e indireta, entidade ou governo estrangeiro, concessionário ou permissionário de serviço público, entidade de direito privado que receba contribuição compulsória, entidade de utilidade pública, entidade de classe ou sindical, pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior, entidades beneficentes e religiosas, entidades esportivas; ONG's que recebam recursos públicos e OSCIP's. Ainda a respeito das mensagens eletrônicas, a Resolução determinava que estas deveriam dispor de mecanismo *opt-out*, que permitisse seu descadastramento pelo destinatário e, neste caso, o remetente deveria providenciá-lo no prazo de 48 horas.

A partir da lei de reforma e da resolução vigente no pleito, ficou autorizada a propaganda eleitoral também em blogs, redes sociais e sites de mensagens instantâneas, e também para que simpatizantes pudessem criar páginas dedicadas a prestigiar seus candidatos, valendo a mesma regra aplicada aos websites oficiais, de que antes do dia 06 de julho só estaria autorizada promoção pessoal, e não pedido de voto. Por meio destas ferramentas, o candidato estava autorizado a interagir com os eleitores. A lei autorizou, ainda, a realização de debates entre candidatos na Internet, com regras estabelecidas em acordo celebrado entre os partidos políticos e a pessoa jurídica interessada na realização do evento, dando-se ciência à

Justiça Eleitoral. Inexistindo acordo, os debates devem obedecer as regras previstas pela Lei nº 9.504/97, art. 46, I, a e b, II e III.

Outra novidade possibilitada pela reforma eleitoral de 2009 foi a autorização da criação de mecanismo para recebimento de doações financeiras pela Internet, inclusive utilizando cartão de crédito. Para tanto, era obrigatório que os candidatos, partidos ou comitês financeiros estivessem inscritos no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ, dispusessem de uma conta específica para a movimentação dos recursos da campanha, identificassem os doadores e emitissem recibo eleitoral para cada doação realizada.

Uma especificidade da regulamentação do uso da Internet em campanhas eleitorais no Brasil em relação aos Estados Unidos, por exemplo, refere-se à proibição de veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na rede eletrônica, ou seja, a lei proíbe a compra de espaços publicitários na Internet. A violação do disposto no § 2º do artigo 21 prevê multa no valor de R\$ 5.000,00 a R\$ 30.000,00.

O § 1º do artigo 21 da Resolução 23.191/09 também vedava a veiculação de propaganda eleitoral em websites de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos. O artigo 22 da Resolução 23.191/09 também determina livre manifestação do pensamento, mas é vedado o anonimato durante a campanha eleitoral por meio da rede mundial de computadores e assegurado o direito de resposta.

A Lei n. 12.034 de 2009 estabeleceu regras para os casos de pedido de resposta relativos à ofensa veiculada na Internet: deferido o pedido, a divulgação da resposta dar-se-á no mesmo veículo, espaço, local, horário, página eletrônica, tamanho, caracteres e outros elementos de realce usados na ofensa, em até quarenta e oito horas após a entrega da mídia física com a resposta do ofendido; a resposta ficará disponível para acesso pelos usuários do serviço de internet por tempo não inferior ao dobro em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva; os custos de veiculação da resposta correrão por conta do responsável pela propaganda original.

Passemos à análise das plataformas de debate de programa de governo disponibilizadas nos *websites* eleitorais dos candidatos José Serra e Marina Silva durante as eleições presidenciais de 2010.

4. As plataformas interativas de programa de governo de José Serra e Marina Silva: apresentação e análise dos dados

No pleito brasileiro de 2010, os dois principais competidores de oposição, José Serra e Marina Silva, disponibilizaram em suas páginas web fóruns virtuais de discussão, e o fizeram anunciando a mesma finalidade: debater programa de governo.

Os fóruns de discussão dos candidatos adotaram distintas arquiteturas. O fórum da candidata do PV, Marina Silva, foi desenvolvido a partir da linguagem PHP (*Hypertext Preprocessor*), com sistema de comentários moderados, no *website* oficial da candidata na página de Diretrizes de Governo.

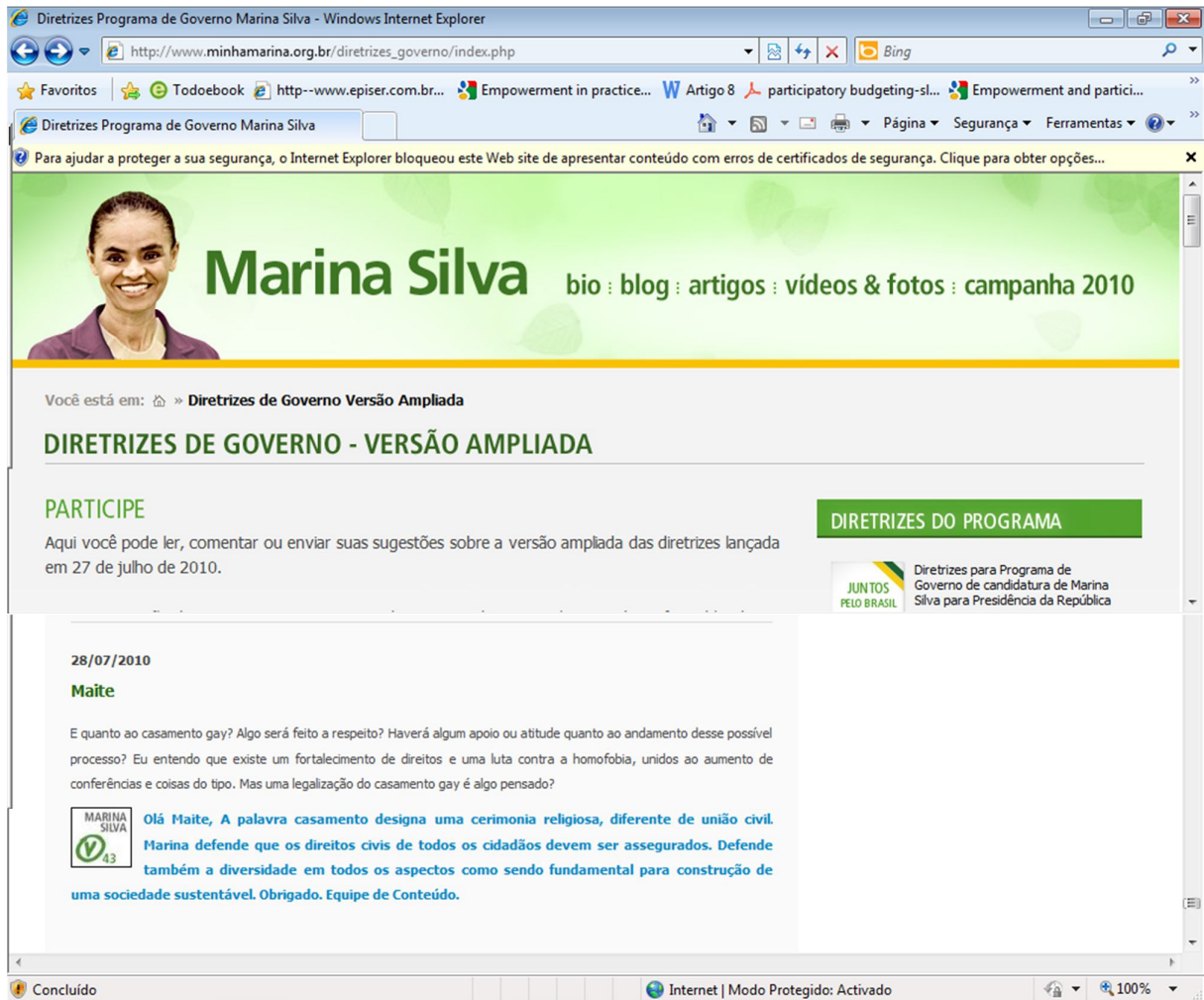
Para ler, não era necessário cadastro, qualquer cidadão podia acessar os conteúdos postados, mas para comentar e realizar propostas requisitava-se o nome e e-mail do internauta. O formato era pré-moderado e informava-se aos internautas que todos os comentários eram enviados à equipe de conteúdo da campanha de Marina Silva.

Apesar de não requerer um cadastro, a campanha web de Marina Silva dispôs de outros meios para conhecer o perfil dos visitantes de seu *website* e criar um *targeting* de comportamento online. A Política de Privacidade era clara quanto à instalação de *cookies* no computador dos usuários, para identificar visitas anteriores, personalizar a navegação e a exibição de informações. A instalação de *cookies*, estratégia utilizada na campanha de Barack Obama³⁰, é realizada com a finalidade de conhecer os

³⁰ Com tais estratégias, a campanha de Obama foi eficiente na segmentação de seus eleitores e apoiadores, montando diferentes métodos de comunicação para cada grupo. Ao invés de

interesses, o comportamento e as informações demográficas do visitante do site para, desta forma, prover conteúdo personalizado de acordo com as preferências deste eleitor.

Figura 8. Imagem da página de discussão de Diretrizes de Governo do website eleitoral de Marina Silva, 2010



massificar sua propaganda a partir de comerciais de TV que atingissem várias classes, no pleito norte-americano de 2008 literalmente montaram-se campanhas para cada perfil de indivíduo. Por meio da Internet foram obtidos indicativos detalhados de quem visitar, inclusive mapas das áreas e rotas, a quem solicitar contribuições, bem como os assuntos que seriam prováveis que cada eleitor potencial se interessasse. A Internet, portanto, levou a um aumento considerável no cálculo estratégico e o nível da comunicação passou de massificado para altamente personificado (PEW CENTER, 2008).

Para balizar o debate, foi apresentada uma primeira versão das Diretrizes de Governo, dividida inicialmente em nove tópicos e uma convocatória, onde a candidata conclamava a população a participar:

Chamo a sociedade brasileira para mobilizar sua criatividade, seu empreendedorismo, para se articular em seus segmentos, propor debates e apresentar propostas que se agreguem numa visão coletiva do país. [...] Venha unir-se à discussão e aperfeiçoamento de nossas propostas, ser parte delas. Vamos juntos construir o Brasil que queremos! (Convocação, Diretrizes de Governo, Website de Marina Silva, 2010).

A *Proposta Serra*, por sua vez, foi construída com a plataforma Ning, utilizada para a criação de redes sociais. Além do fórum de debates, a plataforma oferecia uma vasta gama de funcionalidades, permitia a criação de perfis pelos usuários, o desenvolvimento de amizades virtuais, a publicação de fotos e vídeos, a realização de convite a amigos, o compartilhamento das discussões de outros ambientes online e a replicação de *posts* para outras redes sociais, como Facebook, Twitter, Orkut, del.icio.us, MySpace, Digg, entre outras.

A rede *Proposta Serra* era fechada e requeria uma inscrição com diversas informações, como nome, endereço eletrônico, local de moradia, idade, gênero, local de residência, partido político, etc., a qual ficava sujeita à prévia aprovação. Somente após ter seu cadastro aprovado o internauta podia acessar a rede, apresentar propostas e interagir com seus participantes. Havia um código de conduta e os comentários eram pós-moderados.

As discussões foram organizadas em torno de 40 eixos temáticos, e não partiam de diretrizes gerais de cada tema apresentadas pela campanha, apenas existiam comentários publicados pela coordenação da *Proposta Serra*. A plataforma foi coordenada por Xico Graziano e, além de contar com uma equipe de coordenação composta por cerca de quinze pessoas, dispôs de Interlocutores em cada uma das agendas setoriais, pessoas indicadas pela coligação, que foram o elo entre os participantes da rede e o candidato,

visando “fortalecer o processo colaborativo com respeito às diversas opiniões e firmeza no cumprimento do Código de Conduta da Proposta Serra” (Website José Serra, 2010).

Figura 9. Tela inicial da plataforma Proposta Serra, 2010



De acordo com o balanço realizado pelas respectivas coordenações de campanha, até a data de fechamento do relatório analítico o fórum do candidato José Serra havia recebido 8.311 mensagens, ao passo que o fórum da candidata Marina Silva registrou 980 contribuições. Cabe a ressalva de que o formato da plataforma de José Serra foi pós-moderado, tendo sido publicizada uma grande quantidade de mensagens que não se configuravam como propostas. Conforme enfatizado no relatório de atividades produzido pela equipe de coordenação da *Proposta Serra*, “de todas as contribuições apresentadas, muitas se tratavam de comentários, críticas e/ou

complementações relativas a uma proposta previamente feita por um participante”. Já o fórum de Marina Silva foi pré-moderado e, considerando que a grande maioria das mensagens tornadas públicas guardava relação com o objetivo do fórum, não é possível mensurar quantos *posts* que se desviavam do propósito da plataforma foram efetivamente recebidos, mas não publicados.

Figura 10. Tela interna da Proposta Serra



O *corpus* empírico desta análise foi constituído por todas as mensagens postadas em dois fóruns temáticos de cada candidato até o término da campanha eleitoral de 2010. Da plataforma do candidato Serra foram selecionados os fóruns “Social Democracia” ($n=1053$), por ser o fórum com o maior número de mensagens e cujos *posts* eram os mais populares (mais comentados), e o de “Reforma Agrária” ($n=67$), por conter propostas de integrantes da coordenação de campanha. O intuito aqui foi verificar se o perfil das mensagens era distinto nos fóruns onde havia participação direta de integrantes do *staff*. Quanto ao *website* de Marina Silva, seguindo o mesmo critério de selecionar o tema com o maior número de propostas, analisamos o fórum “Educação para a sociedade do conhecimento” ($n=163$) e o segundo

escolhido também por conter o maior número de comentários e respostas do *staff* da campanha foi o fórum “Cultura e Fortalecimento da Diversidade” ($n=42$). As mensagens foram coletadas durante diversas visitas aos fóruns no decorrer do primeiro turno (no caso dos fóruns de Marina Silva) e primeiro e segundo turnos (no caso dos fóruns de José Serra).

Os fóruns de discussão de ambos os candidatos são analisados a seguir, suas principais características, como são utilizados pelos atores políticos, como são apropriados pelos cidadãos, os resultados que geram e os limites de tais iniciativas digitais.

4.1 Constrangimentos e incentivos à participação nos fóruns online

A forma como as interfaces são disponibilizadas podem ser significativas na estruturação da ação online (ou ausência dela) no interior de fóruns de discussão. Na mesma direção, a participação política dos cidadãos no interior destes ambientes virtuais pode ser potencializada ou coibida a partir da forma como ocorra a mediação e a moderação dos debates.

Para avaliar os *constrangimentos e incentivos à participação* dos cidadãos, analisamos o perfil do gerenciamento do fórum por parte do *staff* da campanha, as regras formais e informais que regeram a participação dos cidadãos *online*, os papéis dos moderadores (Gestor, Árbitro ou Mediador) e o nível de controle exercido pelos mesmos. Buscou-se verificar, ainda, se havia sensação ou evidência de censura no interior dos mesmos.

No que se refere às *regras formais*, o Código de Conduta do fórum do candidato José Serra exortava aos participantes para que cumprissem os preceitos básicos da conversa civilizada e advertia quanto à proibição de: fazer campanhas (fosse de candidaturas ou de causas), hostilizar adversários políticos e participantes, utilizar linguagem inadequada ou ofensas, fugir do tema e promover luta política. O Código de Conduta previa, ainda, a eliminação de conteúdos que não estivessem de acordo com os temas das

áreas em que foram publicados, além da remoção de usuários reincidentes nas práticas contrárias às políticas de conteúdo e da comunidade.

Já o fórum de discussão sobre as diretrizes de governo de Marina Silva não tornou público um Código de Conduta, mas a página web dispunha de “Termos de Uso”, enfatizando que a boa convivência na Internet exigia que determinadas regras fossem seguidas. Portanto, não se admitiam os seguintes comportamentos: qualquer uso que violasse a legislação brasileira; transmissão ou divulgação de ameaças, pornografia (infantil ou não), material racista, sexista ou discriminatório de qualquer espécie; propagação de vírus ou de programas que se instalassem sem autorização nos equipamentos dos sites ou de terceiros; forjasse endereços de máquinas, de rede, de correio eletrônico ou qualquer outra forma de identificação virtual, com o intuito de disfarçar a identidade ou autoria ou de simular a de terceiros; destruir ou corromper dados ou informações, dos sites e páginas da campanha Marina Silva ou de terceiros; violasse a privacidade de outros usuários.

Quanto ao *processo de moderação*, o fórum de Marina Silva foi moderado *a priori*, ou seja, era necessária a liberação do moderador para que a mensagem aparecesse no *site*; já o do candidato José Serra exigia um cadastro e era pós-moderado.

Analisando a literatura que trata da ação dos moderadores em fóruns de discussão *online*, é possível verificar que há uma diversidade de tipologias para classificá-los (WOJCIK, 2008; COLEMAN, GÖTZE, 2001; WHITE, 2000). A partir das categorizações propostas, adotamos uma tipologia simplificada e reclassificamos os papéis dos moderadores com base nos propósitos deste estudo, buscando identificar três principais funções do moderador: gestor, árbitro e mediador.

Nesta investigação, entendemos que o moderador no papel de *gestor* procede no sentido de organizar o fórum, propondo temas e questões, e conduz o debate especialmente atento quanto ao foco, aos cronogramas e à lista de tarefas. O moderador, quando atua como gestor, procura manter os

participantes no assunto ou classifica as mensagens de acordo com o tópico, pode cumprir também um papel de *help desk*, oferecendo instruções técnicas aos participantes e pode, ainda, ser um especialista em um tema específico.

No exercício das funções de *árbitro*, o moderador controla o que é ou não publicado no fórum e a maneira ou a forma que as mensagens estão autorizadas a ter. Neste caso, age como um *gatekeeper*, censurando ou removendo as mensagens que desrespeitem as regras do fórum, encaminhando aos remetentes, ao mesmo tempo, explicações sobre os conteúdos removidos, para que os mesmos possam readequar suas mensagens. O papel de árbitro é provavelmente o mais conhecido dos papéis dos moderadores. Suas ações visam fazer com que os participantes respeitem as regras do debate. Neste estudo, consideramos que o árbitro pode basear sua ação mais em critérios técnicos (a partir de ação objetiva pautada em um código de conduta, por exemplo) ou ideológicos.

Finalmente, quando assume a função de *mediador*, o moderador atua no sentido de estimular o debate, toma atitudes quando os participantes entram em conflito, facilita o intercâmbio entre políticos e cidadãos comuns na medida em que responde ou comenta questionamentos em nome do candidato e sistematiza os resultados da participação, ou seja, os dados, os tópicos e as contribuições que chegarão ao conhecimento do candidato e da coligação. Portanto, a mediação assume um vetor de sentido duplo, ou seja, do candidato para o internauta e do internauta para o candidato. Considerando que o moderador na condição de mediador é um intermediário entre o utilizador da Internet e o candidato, ele goza de uma prerrogativa política clara.

Nossa tipologia, portanto, analisa a ação dos moderadores de fóruns de campanha quanto a funções técnicas e políticas. Considerando que tais papéis não são exclusivos, podendo sobrepor-se uns aos outros na atividade de qualquer moderador, buscamos analisar em que medida os moderadores cumpriram as três principais funções acima descritas.

Analisando o fórum de Marina Silva, percebemos que os moderadores cumpriram o papel de gestores, considerando que atuaram no sentido de organizar o fórum, realizaram o processo de agendamento de temas em torno de nove eixos e remeteram os participantes a outros tópicos de acordo com o teor de suas propostas ou questionamentos. No que se refere às funções de árbitro, embora seja claro que os moderadores tenham empreendido tais funções, considerando que o fórum era pré-moderado, a partir da análise empreendida, foi possível constatar que alguns comentários e propostas com teor crítico foram publicados. Os moderadores do fórum de Marina Silva cumpriram, ainda, a função de mediadores, visto que a equipe de conteúdo atuou no sentido de responder ou comentar em nome da candidata cada mensagem que exigisse um posicionamento. Ainda no papel de mediadores, os moderadores sistematizaram as principais contribuições dos internautas para que estas fossem inseridas na segunda versão do programa de governo.

Analisando os rastros digitais deixados pela participação cidadã nos fóruns de discussão do *website* de Marina Silva, percebemos que o formato escolhido de pré-moderação causou descontentamento pela morosidade dos moderadores em liberar algumas mensagens, o que se pôde constatar em mensagens como:

Ontem envie um e-mail perguntando sobre como diminuir a violencia dentro da sala de aula, e disse que ninguem tinha a coragem de vir a publico debater sobre o assunto. Estava certa, pois nem mesmo minha mensagem apareceu na pagina. Ninguem se dignou a responder! Acho que não é um assunto tao importante assim, afinal assuntos mais importantes, como reforma agraria, juros, empregos, saude,... não tem seus problemas originados pela precaria educação brasileira. (sic). (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).

Fiz uma pergunta nos últimos dias sobre como será financiado o aumento no investimento per capita da educação. Existe algum problema com a pergunta? Se for o caso, poderiam contatar-me por e-mail? Tenho simpatia a candidatura da Marina, e gostaria de ter a resposta... (sic). (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).

Em relação à função de mediação, pôde-se constatar um misto de satisfação com um grau de descontentamento. *Posts* como o abaixo deixaram indícios de insatisfação com a resposta fornecida:

A resposta continua transparecendo não-comprometimento político. (sic). (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).

Por outro lado, verificaram-se elogios, expressos em mensagens como:

Obrigada pela resposta, me sinto mais segura agora. (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).

Em relação ao fórum de José Serra, identificamos o papel de gestor, visto que os moderadores organizaram o fórum em torno de temas, destacaram as propostas mais comentadas e indicaram interlocutores para cada eixo temático; os moderadores cumpriram também o papel de mediadores especialmente no vetor internautas → candidato, visto que as propostas foram sistematizadas, gerando um relatório de participação, com as principais propostas e perfis dos participantes. No entanto, no sentido contrário, candidato → internautas, o papel de mediação ficou aquém da expectativa dos próprios participantes, especialmente no fórum *Social Democracia*, visto que as perguntas realizadas não foram respondidas, e o único *feedback* em relação à participação foi verificado quando interlocutores comentaram algumas propostas. A sensação de não estarem sendo considerados gerou frustrações expressas em mensagens como:

Boa tarde, equipe do proposta serra, sugeri algumas medidas e não tive nenhum retorno da equipe, gostaria profundamente de ter uma resposta. (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Serra - Porque não escuta seu eleitor?? Alooo...Tem alguém ai??Por favor não façam como técnico ignorante de futebol... (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

As pessoas estão fugindo do site, por não ouvi-las sobre os rumos da campanha é simples assim. (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Já no segundo fórum analisado, o de *Reforma Agrária*, tal fato não ocorreu, visto que o próprio coordenador da Proposta Serra, Xico Graziano, publicou mensagens e comentou *posts*, o que demonstrou aos participantes que o *staff* estava presente na discussão.

No tocante à função de árbitro desempenhada pelos moderadores do fórum de discussão do candidato José Serra, pôde-se constatar que os mesmos não cumpriram os critérios objetivos expressos no Código de Conduta que regia a participação dos internautas. Ao contrário, as regras que orientaram a decisão de excluir ou não uma mensagem foram subjetivas e ambíguas. Contraditoriamente, enquanto o Código de Conduta previa a remoção de conteúdos que hostilizassem adversários políticos, fizessem campanha, utilizassem linguagem chula ou palavrões ou promovessem luta política constatou-se no interior dos fóruns uma grande quantidade de mensagens ofensivas em relação aos adversários, bem como *posts* que fugiam completamente dos propósitos de debater programa de governo que não foi eliminada (conforme dados apresentados nos tópicos Respeito Mútuo e Tematização e Conteúdo).

Ainda no atinente à função de árbitro desempenhada pelos mediadores da *Proposta Serra*, pelo teor de alguns *posts*, percebe-se que os moderadores não encaminharam aos remetentes explicações sobre os conteúdos removidos, para que os mesmos pudessem readequar suas mensagens, o que gerou grande insatisfação por parte de alguns internautas:

CENSURA realizada pela EQUIPE SERRA: atrevida, prepotente e grosseira. IRMÃOS E AMIGOS, lamento vos informar que permanecem excluindo "PROPOSTAS" in limine sem qualquer respeito, no mínimo, ao direito ao contraditório. A última exclusão foi "Serra mente? Creio que sim.". Não fala o que sabe de Lula e Dilma. Não considero moralmente suportável este comportamento autoritário e imoral. (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

A esta mensagem se sucederam outras que demonstravam que os *posts* com o pedido de exclusão também estavam sendo eliminados:

PERMANECEM CENSURANDO MEU PEDIDO DE EXCLUSÃO. (destaques em caixa alta utilizados no original). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

AGUARDO QUE EXCLUAM ESTA NOVAMENTE. (destaques em caixa alta utilizados no original). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

SOLICITO EXCLUSÃO DO MEU CADASTRO. Não me dirigirei ao Serra. Penso que ele sequer sabe o que se passa aqui, todavia, deveria. Pois, não votaria em um candidato a Presidente que fizesse parte da entourage “do” ou desse continuidade ao “Não sei e não sabia”; muito menos à “Direção Executiva” do Proposta Serra. Estes, as palavras que merecem não merecem ser ditas; [...] Dirijo-me a vocês, irmãos e amigos, os que tive a grata satisfação de conhecer aqui e os que tive a infelicidade de convidar para abrihantiar este espaço que não nos merece; que confunde participação política voluntária, discussão de “verdades” como subserviência, adesão a, e cessão incondicional de princípios e valores. Provavelmente vivem “da” política e cometem os mais graves pecados mortais de quem dela vive segundo o admirável Max Weber: - “não defender causa alguma e não ter sentimento de responsabilidade.” [...] Não me sentiria bem permanecendo aqui e muito menos traíndo a confiança de vocês. Um forte abraço. (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

4.2 Inclusividade, Diversidade da Participação e Reciprocidade do Debate

Parte da literatura que analisa fóruns de debate virtual com base nos princípios da participação democrática atenta-se para avaliar se as discussões políticas on-line são dominadas por poucos, seguindo os padrões das reuniões presenciais. Também foi nosso objetivo neste estudo avaliar a *inclusividade e diversidade da participação* nos fóruns. Para tanto, mensuramos a concentração e o número de mensagens postadas por participante.

Nos fóruns de Marina Silva, os dados agregados dos dois fóruns analisados indicam que a grande maioria dos participantes (76%) foi *one-timer*, ou seja, enviou um único *post*; apenas um participante encaminhou cinco mensagens e não se verificaram participantes com predominância em qualquer dos dois fóruns analisados, visto que nenhum encaminhou mais de cinco propostas ou comentários.

Analisando os dados desagregados referentes aos fóruns do candidato José Serra, notamos que no fórum de Reforma Agrária não houve monopolização da participação, enquanto a análise da concentração de *posts* por alguns participantes indica que alguns comentadores tiveram grande predominância no fórum temático Social Democracia. Neste último, apenas um participante foi responsável por 64 propostas, excluídos seus comentários às propostas de outros internautas; o segundo maior concentrador de mensagens postou 42 e o terceiro 39 *posts*. A concentração da participação foi diretamente proporcional ao número de mensagens e inversamente proporcional ao número de participantes: a média de mensagens por pessoa na faixa daqueles que postaram mais de 5 mensagens foi de 12 *posts*; esta média subiu para 20 quando analisamos o grupo de pessoas que enviaram mais de 10 mensagens, chegando à média de 39 mensagens quando se tratou do grupo que encaminhou mais de 20 mensagens.

Portanto, no fórum Social Democracia da Proposta Serra houve grande predominância de poucos participantes; a monopolização do fórum é uma característica que dificulta a variedade de opiniões expressas, aspecto que discutiremos no próximo tópico. Este foi o padrão encontrado nas pesquisas de autores como Schneider (1997) e Dahlberg (2001). Para Schneider (1997), em fóruns virtuais, mediante as estratégias de monopolização abusiva do espaço e da atenção e controle da agenda, alguns participantes são capazes de tornar as suas vozes mais ouvidas em comparação a outros participantes. Na mesma direção, Dahlberg (2001) enfatiza que as exclusões e desigualdades do mundo real são reproduzidas no ambiente virtual e os discursos de alguns grupos tendem a dominar as discussões na rede.

A *reciprocidade da discussão* é outro elemento relevante para os debates online que buscam deliberar a respeito de algo, no nosso caso específico, sobre as propostas que viriam a integrar um programa de governo. Recorrendo a Stromer-Galley (2007) e Bohman (1996), Mendonça e Pereira (2011, p. 14) enfatizam que a deliberação pressupõe engajamento entre atores sociais. Não basta que cada um diga o que pensa, fazendo-se preciso interagir com o outro.

Para avaliar a reciprocidade da discussão, buscamos se avaliar se as propostas dos foristas estavam suscitando debate entre os demais participantes do fórum ou se, pelo contrário, os internautas postavam suas mensagens sem demonstrar disposição em ler e comentar as propostas de outros participantes. Deste modo, todas as propostas que suscitaram algum tipo de debate, comentário ou resposta ou ainda que responderam outra mensagem do fórum foram classificadas como *Dialógicas* e todas aquelas que não envolveram algum tipo referência, comentário ou resposta foram classificadas como *Monológicas*. Vale destacar que mesmo algumas mensagens de *one-timers* foram classificadas como dialógicas quando foram comentadas por outros participantes, porque suscitaram um debate.

Neste quesito, os fóruns do candidato José Serra foram muito mais dialógicos em comparação aos de Marina Silva, pois naquele 30% das propostas foram comentadas por outros participantes, enquanto no site da candidata poucas propostas foram comentadas ou referenciadas (n=79).

No que se refere à *inclusividade*, em parte da literatura se enfatiza que o ambiente *online* possibilita a supressão das hierarquias sociais e das relações de poder que existem *offline* (WITSCHGE, 2002). Autores como Cardon (2009), entretanto, chamam a atenção para o fato de que atrás do horizonte democrático do “todo-participativo” se reproduzem as disparidades que têm por origem a desigual distribuição de capital sócio-cultural da sociedade. Além da divisão digital que separa os que têm acesso à Internet dos que não têm, o meio digital cria outros tipos de exclusão, pois a participação *online* é mais difícil para aqueles que estão menos familiarizados com a tecnologia (BLATRIX, 1999 apud WOJCIK, 2007). Mensagens escritas com vocabulário inadequado, muitos erros gramaticais, ortográficos ou de digitação são desacreditadas tanto aos olhos dos representantes políticos quanto dos outros participantes. No entanto, este fato não se verificou nos fóruns analisados. O teor das mensagens mostrou-se decisivo para sua popularidade e não a forma. Verificamos mensagens que, embora apresentando muitos erros do ponto de vista da linguagem, foram bastante

populares por manifestarem conteúdos consensuais aos participantes dos fóruns.

4.3 Heterogeneidade e debate crítico racional

A existência de *diversidade de opiniões* em fóruns online é um ponto de dissenso entre os pesquisadores do tema. Por um lado, um corpo de teóricos avalia a possibilidade dos espaços de discussão virtuais amenizar os fatores de inibição relativos à diferença, e por isso estimulá-la. Wallace (1999, p. 82 apud Ferreira, 2010), sintetizando uma série de estudos empíricos, considera que os dissidentes são mais propensos de expressar suas opiniões on-line do que off-line pelo de “não ter que suportar sobancelhas levantadas ou interrupções por parte dos membros da maioria, ou não se sentir desconfortável com o facto de não concordar com os outros”. Outro conjunto de pesquisadores afirma que, na verdade, tais fóruns induzem à procura da conformidade e do acordo, pois estimulam que os indivíduos procurem interlocutores com os quais possuam pontos prévios de acordo (DAVIS, 1999; HUCKFELDT; SPRAGUE, 1995; WILHELM, 1999).

Para avaliar o grau de heterogeneidade no interior dos fóruns de discussão dos candidatos José Serra e Marina Silva, analisamos se ali se verificou diversidade de opiniões, se as manifestações produziram a sensação de intervenções críticas ou somente adesão e consenso ideológico (DADER, CHENG, 2011).

Considerando que a própria lógica das comunidades virtuais e fóruns de debate é reunir pessoas com valores, interesses e preocupações semelhantes (DAVIS, 1999), trabalhou-se com a hipótese de que os fóruns no interior de websites eleitorais não seriam ambientes propícios à diversidade de opiniões.

De fato, a ocorrência de diferentes pontos de vista no interior dos fóruns analisados foi pequena, mas não inexistente, como demonstram estas mensagens no fórum do *website* de Marina Silva:

Acho que para haver igualdade e acabar de vez com o preconceito não basta combater apenas a homofobia, mas a idéia de que casais homossexuais não podem manter uma família com direitos garantidos em lei (incluindo leis de adoção). (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).

Sou a favor que os casais do mesmo sexo tenham direitos em relação a pensão, herança e coisas desse tipo. Sou evangélica e não odeio pessoas assim. Mas me sinto manipulada no contexto em que o homossexualismo fere as leis de Deus. [...] Não posso dizer que esta tudo bem ser homossexual, quando acredito que essa pessoa precisa de apoio espiritual baseado na Bíblia. [...] Sinceramente, não me incluo no caldeirão dos homofóbicos mas, não vou defender o homossexualismo... (sic). (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).

Ou o seguinte diálogo a respeito do aborto no fórum de José Serra:

O.E.N: É fato que no Brasil todo são realizados aborto. Sabemos onde fazer um aborto e até o preço. Devemos parar com a hipocrisia e liberar o aborto, deixando-o como uma opção da mulher. É melhor um aborto do que um filho mal querido, mal tratado ou meliante. (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Réplica 1 em relação à proposta de O.E.N:

J.M.S.F: Sua proposta é equivocada. Se o filho é mal querido, pode-se ajudar os pais. Agora, propor a morte para resolver os problemas da vida, é fugir da realidade. O aborto não ajudará a sociedade em nada. abraços a todos. (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Tréplica de O.E.N:

O.E.N: Se você ler o livro Freakonomics, verá uma estatística interessante. O índice de crime no Estado de Nova York (EUA) começou a declinar acentuadamente após 16 anos da liberação do aborto. Ou seja, através do aborto, ou melhor, evitando um nascimento indesejado, os cidadãos de bem passaram a correr menos risco, transformando a sociedade em uma comunidade menos violenta e mais desenvolvida. Deve-se colocar a racionalidade acima da emoção. Emoção só nos ajuda em relacionamentos amorosos, em decisões importantes, só nos induz ao erro. (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Réplica 2 em relação à proposta de O.E.N

R.P.: Você esta na página errada COMPANHEIRO!!!! A Cruz Sagrada seja minha luz. Retira-te satanás, nunca me aconselhes coisas vãs. [...] É mau o que tu me ofereces. Bebe tu mesmo o teu veneno. (destaques em

caixa alta utilizados no original) (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Apesar de se verificar uma pequena parcela de propostas não consensuais e algumas manifestações de trocas públicas de argumentos (6% nos fóruns de Marina Silva e 3,5% nos de José Serra), notamos que os fóruns de discussão de *websites* de campanha não foram ambientes propícios à diversidade de opiniões, tampouco à reflexividade. De acordo com Dahlberg (2002 apud Sampaio, Maia, Marques, 2010), quando há “reflexividade” os participantes estão dispostos a avaliar a posição dos outros e revisar a sua posição inicial se persuadidos pela força de perspectivas diversas. Conforme ilustrado, as posições diferentes foram tratadas como anômalas, a partir da invocação de argumentos religiosos. A frase “você está na página errada, *companheiro*” insinua que o internauta deveria se dirigir às comunidades ligadas ao PT.

Este perfil é congruente com os achados de Davis (1999) a partir de seu estudo sobre os fóruns *Usenet*, que foram marcados por ofensas, não tolerância a opiniões distintas e ausência do direito ao contraditório:

The Usenet becomes more than anything a forum for reinforcement. Many political newsgroups are established to present a certain argument. Individuals gravitate to groups agreeing with their own views. Moreover, most of the people who posted on the groups subscribed to other like-minded groups, confirming that the objective is reinforcement of views, not actual exchange. Then, if others attempted to engage in actual exchange, the response often is dismissive (DAVIS, 1999, p. 162).

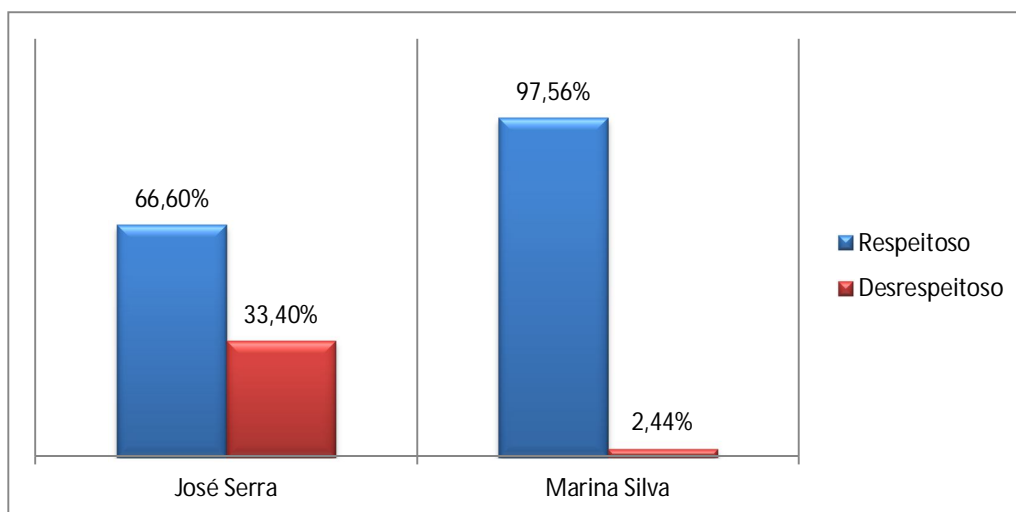
4.4 Respeito mútuo e identificação

A literatura temática enfatiza a importância do respeito mútuo nos debates *online*, sendo este um dos requisitos elencados por Dahlberg (2002 apud Sampaio, Maia, Marques, 2010) para um “*Ideal Role Taking*”. Neste quesito, analisamos o nível de respeito ou desrespeito entre os participantes, a partir da existência ou não de *flames* e em relação a quem. De acordo com Davis (1999), *flaming*, o envio de mensagens ofensivas em grupos de discussão,

é um termo que não fazia parte do léxico de uma década atrás. No entanto, tornou-se um dos principais aspectos abordados quando se analisa a participação *online*. Grande parte da literatura sobre Internet e política teme o perigo dos *flames* nos fóruns online, qualificando-os como danosos à democracia.

Assim como Mendonça e Pereira (2011), optamos pelo critério de Wales et al. (2010) de focar as marcas explícitas de desrespeito e categorizamos as mensagens como respeitadas ou neutras todas aquelas em que não houve desrespeito explícito (gráfico 27).

Gráfico 26. Percentual de posts a partir dos indicadores de respeito



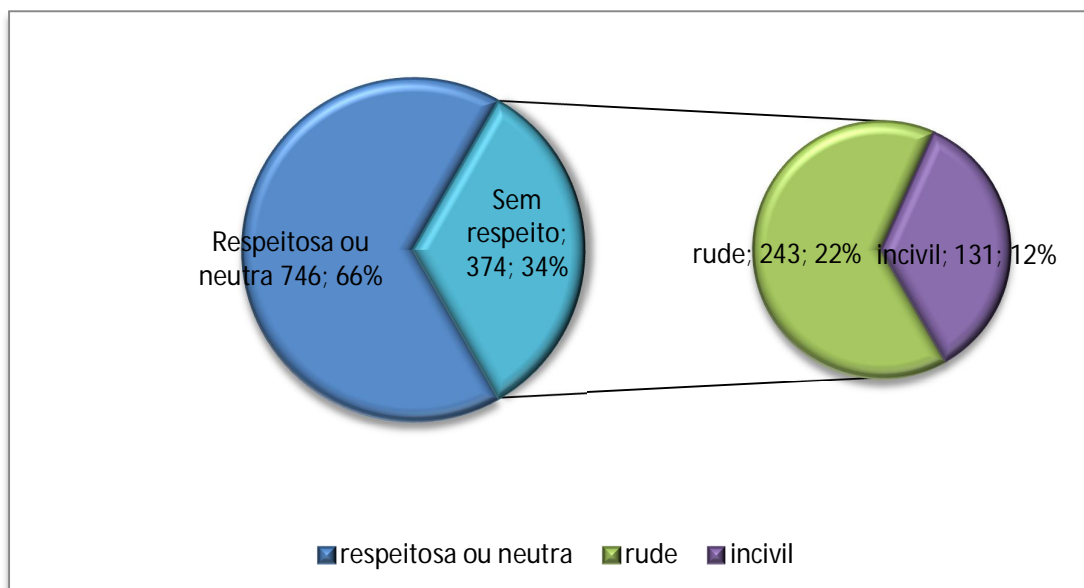
Fonte: autoria própria

Classificamos as mensagens sem respeito seguindo a tipologia de Papacharissi (2004), como rudes ou incivis. As mensagens "rudes" (*unpolite*) são fruto das emoções humanas e, portanto, passíveis de retratação pública e não são, necessariamente, incivis. As mensagens incivis consistem em uma séria ameaça às discussões políticas e à democracia em si, pois ofendem a dignidade. Foram categorizados como Rudes aqueles *posts* onde o tom era ríspido, notava-se animosidade, mas não se atacavam valores democráticos, como este publicado no fórum de Marina Silva:

Respondam explicitamente às minhas perguntas, ou apaguem meu comentário anterior. Já estou cansada de demagogias. 1 - A candidata vai lutar para que os LGBTs possam ter EXATAMENTE os mesmo direitos dos héterossexuais? (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic). (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).

As mensagens qualificadas como Incivilis, por sua vez, foram aquelas nas quais existiam insultos, discursos de preconceito, descrições ofensivas em relação a pessoas ou grupos, ódio ou ataques contra princípios democráticos. Conforme demonstra o gráfico 27, nos fóruns de Marina Silva houve pouquíssimos indícios de desrespeito, apenas uma mensagem foi classificada como rude em relação à então candidata Dilma Rousseff e quatro em relação aos moderadores do fórum, representantes do *staff* da campanha.

Gráfico 27. Mensagens dos fóruns de José Serra de acordo com as marcas de respeito mútuo



Fonte: autoria própria

Os dados evidenciam que uma parcela significativa das mensagens postadas na *Proposta Serra* foi desrespeitosa (34%) [gráfico 28], fato que gerou incômodo em alguns participantes, como demonstra este *post*:

PROPOSTA PARA O PRÓPRIO SITE..PEÇO QUE RETIREM, AS OFENSAS QUE AS PESSOAS DEIXAM NOS COMENTÁRIOS, QUE EU SAIBA, O SITE FOI CRIADO PARA EXPOR IDÉIAS NÃO CRIAR CONFRONTO... (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Assim como Davis (1999) e Wales et al. (2010 apud MENDONÇA; PEREIRA, 2011) classificamos as mensagens em relação ao foco de desrespeito e categorizamos as mensagens rudes e incivis em relação a argumentos contidos em posts anteriores, por meio da desconsideração apriorística deles, em relação a grupos (organizados ou desorganizados) e instituições ou, finalmente, em relação a terceiros (indivíduos não participantes dos fóruns, como adversários políticos), através do uso de estereótipos e descrições ofensivas, como este post do fórum de Serra, que foi classificado como incivil em relação a grupo:

[Solução para o MST] É PAREDÃO DE FUZILAMENTO.....SE FOSSE NA CHINA A FAMÍLIA AINDA TERIA QUE PAGAR A BALA. (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

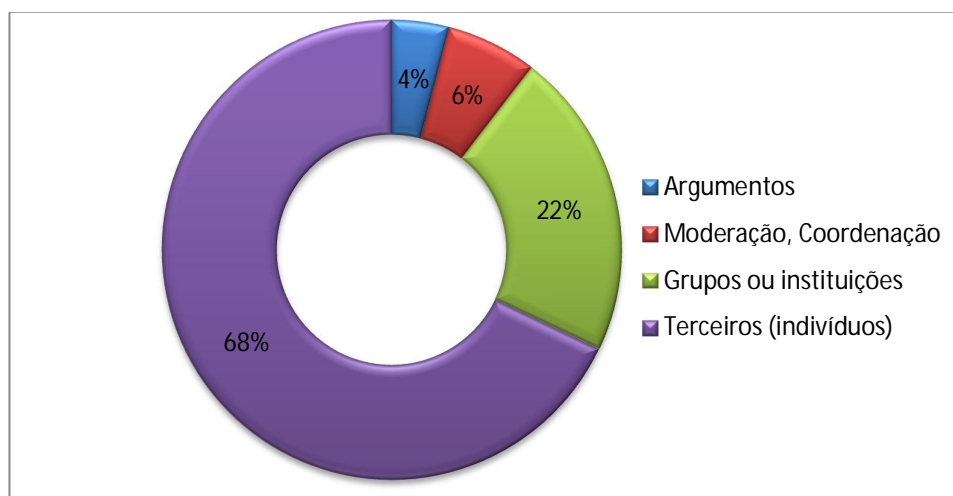
Os *flames* dos fóruns de discussão de José Serra foram dirigidos majoritariamente a terceiros (gráfico 29), especialmente aos adversários políticos (Dilma, Lula, Erenice Guerra, Michel Temer, José Dirceu, etc.), a grupos e instituições (PT, MST), em menor medida aos próprios moderadores do fórum, coordenadores da campanha e marqueteiros do presidencial, pela forma de condução da campanha política e, por último, a argumentos de outros participantes dos fóruns contidos em *posts* anteriores. Os adversários, personificados na figura de Dilma e Lula, foram os mais atacados, como ilustra este *post* incivil em relação a terceiros:

Certamente Lula é um dos fantoches do governo oculto mundial e extremamente vinculado ao projeto SATÂNICO da Nova Ordem (desordem) Mundial (N.O.M.). Como o projeto da N.O.M. é um governo único mundial, ditatorial e fascista, nada de candidatos com histórico humanista (Serra) e sim uma tragédia humana como Dilma Rousseff (terrorista, exguerrilheira, assaltante de bancos, participante de atentados políticos, mal resolvida psicologicamente, de formação marxista, cúmplice de mortes, autoritária, pavio curto, impulsiva, sem carisma,...).

PS: Lula está sob o domínio da fé Baha'i que é a base da Nova Ordem Mundial, na sede do anticristo, a ONU. (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic.). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Recebi via e-mail e repasso: "Em suas Centúrias, Nostradamus escreveu com tanta exatidão que nos faz acreditar que conhecia o Lula . Fragmentos de um texto de Nostradamus: "... e próximo do terceiro milênio uma besta (seria o Lula????) barbuda (céus, é ele!!!) descerá triunfante sobre um condado do hemisfério sul (Brasil???) ; espalhando desgraça e a miséria." (Acho que se trata da reforma da previdência ou a corrupção institucionalizada ou ainda o mensalão). "... Será reconhecido por não possuir seus membros superiores totalmente completos." (Epa!!! Cadê o dedinho?) "... Trará com ele uma horda (Faz sentido... Palocci, Zé Dirceu, Dilma, Dulci, Genoíno e Cia Ltda) que dominará e exterminará as aves bicudas (já tô ficando assustado... PSDB = Tucanos = ave bicuda!!!); e implantará a barbárie por muitas datas (REELEIÇÃO???) sobre um povo tolo e leviano." (P. Q. p., é nóiiiiiiiis!!!)" (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Gráfico 28. Destinatários dos flames (mensagens rudes e incivis) dos fóruns de José Serra



Fonte: autoria própria

Analisando os dados do fórum Social Democracia de forma minuciosa, foi possível verificar que muitas das mensagens incivis em relação à Dilma que povoaram a Internet surgiam no interior de fóruns da Proposta Serra e eram replicados para as redes sociais.

O ABORTO É UM SACRIFÍCIO SATÂNICO - DILMA A FANTOCHE DA NOVA ORDEM MUNDIAL DEFENDE ESSE CRIME. (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic.). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Será que nosso marqueteiro não saberia demonstrar, com arte, essa vinculação satânica? Ou teremos nós que fazê-lo? Como já disse, não temos muito a perder em nos expormos. A pior das hipóteses é sermos governados pela megera e essa máquina satânica. Prazer em conhecê-lo. (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

PAPA CONDENA ABORTO ou DILMABORTO ? (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic.). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Papa condena aborto e pede para bispos brasileiros orientarem politicamente fiéis. (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Caros amigos, a mulher está convencida de que já ganhou esta eleição. A prova disso foi uma declaração dada por ele nesta semana. A nossa terrorista demonstrou que não acredita mesmo em Deus, ela tem todo o direito de não acreditar em Deus, quem sou eu para julgá-la! Mas desta vez ela deixou escapar que não acredita em forças superiores, que todos nós sabemos disso tudo bem, agora ela terá de se explicar com os incautos. É chagada a hora de tocarmos nessa ferida, é por aí que ela pode sangrar até o dia 03/10, o povo aceita roubo, mas não aceita ateu. Ponto para nós. (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

ELA É ATÉIA !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! SAO 30 MILHOES DE EVANGELICOS... SERÁ QUE VÃO VOTAR NELA ? MAIS UM FILÃO A SER EXPLORADO. (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic.). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Isso me remete a Elis Regina: " Quando disse ao porteiro do predio, que nem se Deus chegasse, nao era para incomoda-la"morreu na cama sozinha de over dose de cocaina. DILMA DIZ QUE NEM CRISTO FAZ ELA PERDER A ELEICAO, PORQUE PARA ELA DEUS E LULA!!! (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

O Orkut, o Facebook e o Twitter, em especial, foram grandes meios de propagação de conteúdos da Proposta Serra, em tempo real, para milhares de pessoas. O inverso também ocorreu, pois propostas e também mensagens de campanha negativa eram discutidas pelos seguidores no Twitter com a

utilização da tag #PropostaSerra, sendo encaminhadas às páginas do site do programa de governo em seguida. O perfil do Twitter @PropostaSerra com 1.454 seguidores, enviou 2.463 mensagens, que foram retransmitidas centenas de vezes pelos seus seguidores, sendo a terceira fonte de acesso indireto, atrás dos sites de campanha do candidato, às páginas da Proposta Serra.

Em entrevista, Jaques Wagner (PT) critica declaração de Lula sobre agressão a Serra. O governador reeleito da Bahia, Jaques Wagner (PT), condenou nesta segunda-feira, durante entrevista ao programa Roda Viva da TV Cultura de São Paulo, a reação do presidente Luiz Inácio Lula da Silva ao que chamou de tentativa do candidato à presidência José Serra (PSDB) de tentar posar como vítima do episódio, no Rio de Janeiro, na quarta-feira da semana passada, em que foi atingido na cabeça por um objeto não identificado. Independente do objeto que atingiu Serra ser uma bolinha de papel ou um rolinho de fita adesiva, Wagner disse que a baixaria na política é mal-vinda para a democracia e disse que Lula não precisava ter chamado a reação do candidato tucano de "farsa". (Lula) Não precisava ter dito daquela forma. Acho condenável, independente do tamanho da bola, qualquer tipo de agressão. Acho abominável. Devemos investir na palavra ara ganhar no argumento. Detesto ofensa pessoal. Qualquer agressão verbal ou material é extremamente mal-vinda para a democracia - disse o governador baiano. ENFIM UM PETISTA QUE DEMONSTRA UM MINIMO DE DECENCIA !!!!!!!!!!!!! (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic.). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

No casamento da filha de Dilma, além dos padrinhos serem Jose Dirceu e Erenice Guerra, ao que se sabe quem pagou a festa foi a MTA. (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Dilma foi da luta armada, e portanto marxista, e um dos DOGMAS marxistas é de que a religião é o ópio do povo, ela se converteu estes dias?... (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

O CASO ERENICE GUERRA TEM QUE SER EXPLORADO... ELA PERDEU A GUERRA E CAIU, MAS DILMA ESTÁ SOB SUSPEITA. (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

DILMA FELICÍSSIMA COM O NETO,MAS A FAVOR DO ABORTO GENERALIZADO NAS BRASILEIRAS DESCONHECIDAS. É impressionante a incoerência da comunista-terrorista-imbecilóide Dilma Rousseff. (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Grande parte da literatura aponta que uma das causas para que um ambiente *online* seja tumultuado é o anonimato dos participantes. O uso de um nome tende a evidenciar que há uma pessoa real (que não se esconde) por trás daquele comentário, que está comprometida com o debate (DAVIS, 2005; WILHELM, 2000 apud SAMPAIO, MAIA, MARQUES, 2010). No entanto, não confirmamos este dado em nosso estudo, pois praticamente todos os participantes se identificaram. Realizando um cruzamento dos dados (identificação X *flames*), constatamos que aqueles que tiveram uma participação anônima por meio de codinomes (O Democrata, Seu Bastião do Burro, nos fóruns de Serra; e Boca, Produção Cultural UFF e Justiça nas Cotas Estudantis, nos fóruns de Marina), não publicaram mensagens desrespeitosas. No entanto, não se pode afirmar se o perfil era ou não *fake* (perfil falso), fazendo parte de uma estratégia para dar maior credibilidade às mensagens.

4.5 Tematização e conteúdo

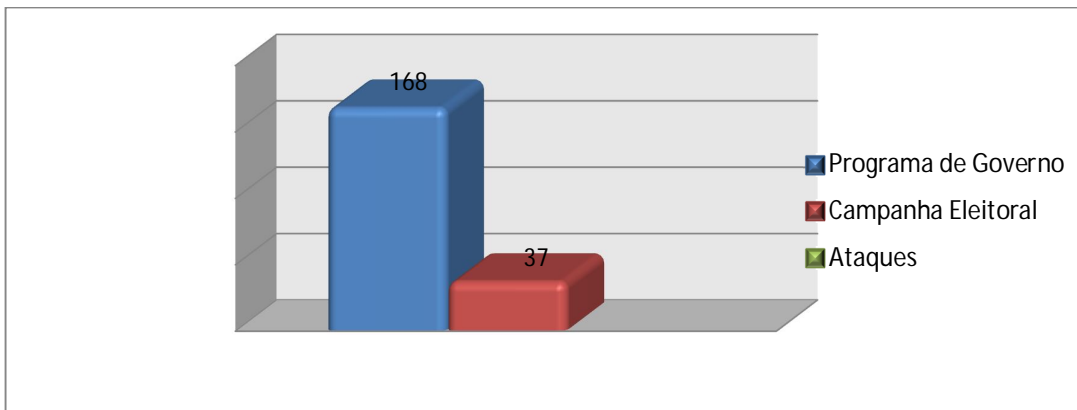
Considerando que os espaços digitais analisados visavam debater e realizar aportes aos programas de governo dos candidatos, buscamos verificar se estes fóruns cumpriram, de fato, tal propósito, bem como a natureza das propostas que resultaram desta interação.

Para tanto, analisamos o teor das mensagens, classificando-as em três grandes categorias: (1) propostas ou comentários para fomento ao programa de governo, solicitação de esclarecimentos quanto ao conteúdo programático ou discussão de demandas e anseios dos cidadãos, (2) propostas ou mensagens relacionadas à campanha política, aclamação, endosso ou apoio ao candidato, divulgação da agenda ou repercussão de debates e (3) ataque a adversários, grupos, campanha negativa, ofensas ou estereotipações.

Os dados demonstram que, nos fóruns de Marina Silva, 82% das mensagens relacionavam-se a encaminhar propostas de governo, solicitar posicionamentos em relação a temas, expressar anseios e demandas. Foram computadas, ainda, mensagens de aclamação e apoio à candidata e comentários gerais da campanha política e não foram publicadas mensagens

de ataque a adversários; somente foi feita uma referência considerada rude a então candidata Dilma Rousseff, quando um participante debateu as condições dos professores.

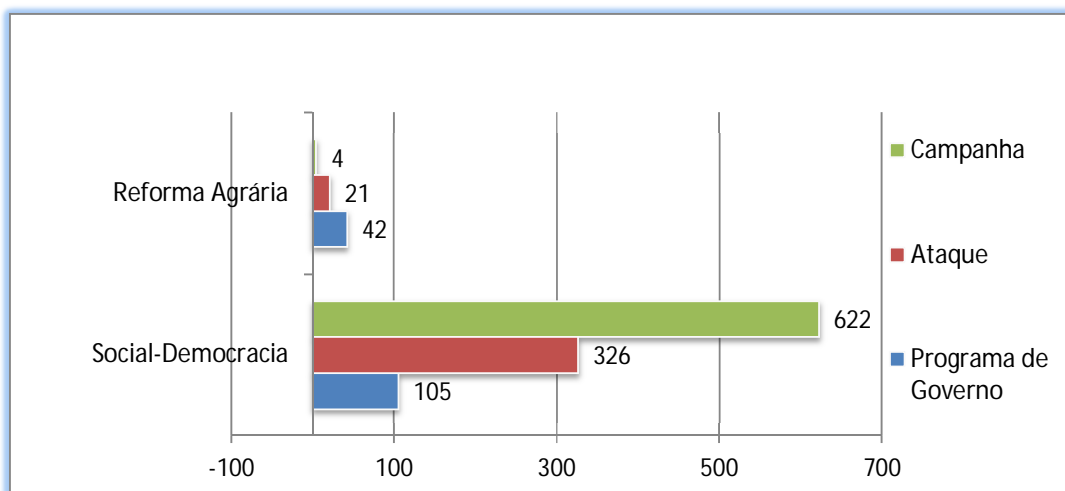
Gráfico 29. Classificação dos posts dos fóruns de Marina Silva quanto ao teor



Fonte: autoria própria

No entanto, de acordo com os dados agregados, o último objetivo dos participantes dos fóruns de Serra foi debater programa de governo (13%) e os principais objetivos foram discutir os rumos da campanha (56%) ou fustigar os adversários (31%). Este quadro verifica-se em especial no fórum Social Democracia, aquele que contou com o maior número de mensagens (n=1053), participantes e cujos *posts* foram os mais comentados (gráfico 31).

Gráfico 30. Classificação dos posts dos fóruns de José Serra quanto ao teor



Fonte: autoria própria

O cenário de baixo percentual de mensagens relativas a programa de governo modifica-se quando analisamos os dados desagregados (gráfico 31), que demonstram que no fórum temático com um menor número de participantes, o de Reforma Agrária (n=67), o maior número de posts tratava de propostas de governo, embora tenham surgido ali tratamentos fortemente ofensivos e estereotipados em relação a grupos (em especial ao MST), com mensagens que foram qualificadas como incivis. Neste fórum também se verificaram posts com ataque aos adversários, ligando Dilma à guerrilha, às FARC, à corrupção no MST e também poucas mensagens de campanha, como a de que a viúva de Chico Mendes apoiava Serra e de que Serra deveria conquistar o apoio de Marina Silva.

No interior do fórum de Reforma Agrária verificou-se a participação do coordenador geral do programa de governo de Serra, Xico Graziano, discutindo propostas, comentando posts de outros participantes e repercutindo discussões de Serra sobre a temática:



Serra na CNA: reforma agrária

Publicado por [Xico Graziano](#) em 3 julho 2010 às 10:31 em [Reforma Agrária](#)

[Enviar mensagem](#) [Exibir propostas](#)

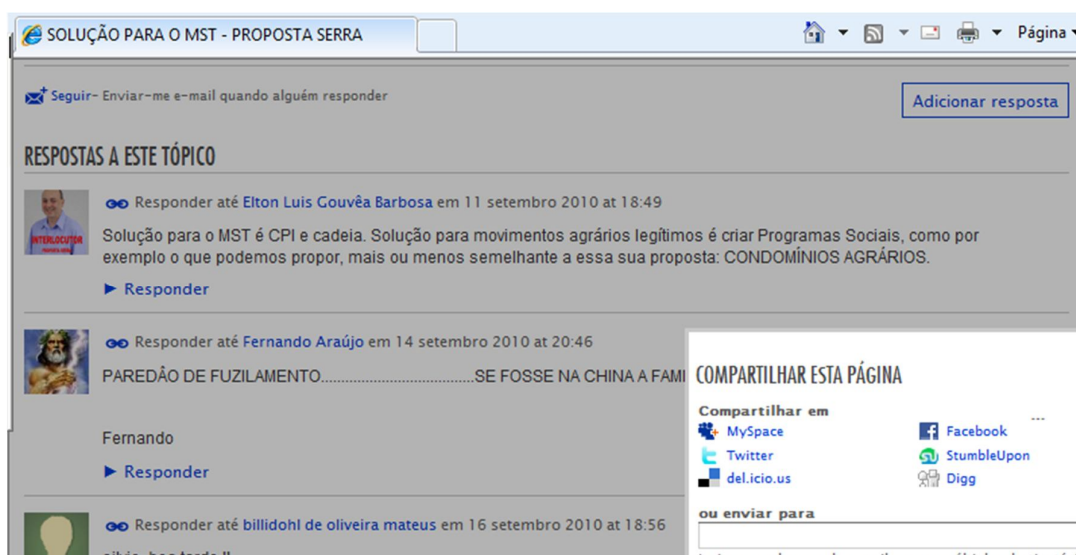
Em debate na CNA, José Serra afirmou que o grande desafio da reforma agrária será oferecer qualidade produtiva para os assentamentos e assegurar vida digna para as famílias de novos agricultores. Muita gente não sabe, mas a área reformada do país é de 87 milhões de hectares, cerca de 4 vezes a agricultura paulista. (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

A percepção de que o *staff* da campanha de José Serra estava na discussão conferia legitimidade ao fórum; a maioria das propostas efetivas que surgiram estavam relacionadas às mensagens publicadas pelo coordenador

Xico Graziano. Grande parte dos foristas passou a se reportar a ele em suas mensagens:

Gostaria de saber do Senhor Xico, que se no governo do Presidente Serra, quais seriam as propostas de mudança para o MDA e o MAPA, pois há muitos questionamentos sobre a existencia de 2 ministerios para a agricultura, segregando- a entre "ricos" e "pobres". Também gostaria de saber como seria atuação do órgão promotor da Reforma Agrária, que tem sido alvo de muitas críticas da população devido ao mau uso de recursos públicos e favorecimento a movimentos sociais e invasões de propriedades. (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Já a participação dos interlocutores não tinha o mesmo efeito de discussão programática da participação do coordenador. O interlocutor acabava por incentivar a linha de *flames* ao MST e ao governo Lula no interior do fórum, mensagens que eram replicadas nas redes sociais.



4.6 Efetividade dos fóruns

Considerando que o objetivo declarado pelos candidatos ao criarem as plataformas interativas era levantar e discutir propostas junto aos cidadãos para incorporá-las aos programas de governo das candidaturas, é fundamental avaliar a efetividade dos fóruns de discussão para tal finalidade. Para tanto, analisamos se as propostas formuladas pelos cidadãos foram consideradas e se

os fóruns tiveram como resultado a produção de uma plataforma da candidatura, construída de forma colaborativa pelo candidato e sua equipe juntamente com os internautas.

4.6.1 Efetividade dos fóruns de José Serra

No início do processo eleitoral o candidato José Serra não dispunha de um programa de governo; na ocasião do registro de sua candidatura, para atender à determinação legal do TSE, apresentou apenas dois discursos proferidos no Encontro Nacional dos Partidos PSDB, DEM e PPS em 10/04/2010, em Brasília, e na Convenção Nacional do PSDB, em Salvador, realizada em 12/6/2010, onde comentava as ideias e principais linhas de ação pretendidas pelo candidato.

Mas no decorrer do processo eleitoral, a equipe de José Serra passou a confeccionar um programa de governo, mediante a grupos de estudos setoriais, que incluíam representantes da coligação "*O Brasil pode mais*" e na interação com os internautas da rede colaborativa Proposta Serra, o que resultou na apresentação de um documento programático de 280 páginas, com 118 propostas distribuídas em 20 agendas setoriais. Portanto, no que tange à produção de um programa de governo, a iniciativa rendeu resultados.

Em relação à efetividade dos fóruns de discussão de José Serra, avaliamos que o fórum Social Democracia não cumpriu aos propósitos anunciados, pois ali os principais objetivos foram discutir os rumos da campanha e fustigar os adversários. O ínfimo percentual de propostas que ali surgiu (sobre aborto, PNDH3, desarmamento, fator previdenciário, salário mínimo, estradas federais, lei anti-fumo e horário de verão) não foi incorporado ao programa de governo e tampouco ao relatório analítico da Proposta Serra, que apresentou a seguinte avaliação da temática:

Social Democracia. No tema Social Democracia foram apresentadas 908 contribuições dos internautas que se consolidaram em 27 propostas efetivas. Algumas propostas desta temática se misturaram com demandas gerais e,

principalmente, de demandas de reforma do sistema político e fim do voto obrigatório, que foram analisados em Sistema Político. Outras propostas colocadas pelos participantes foram a respeito das estratégias de campanha, indagações, situação geral, propostas de mídia e comentários, entre outros. (Relatório Proposta Serra, website José Serra, 2010).

Em termos gerais, o fórum temático Social Democracia mostrou-se mais como um comitê *online* de campanha eleitoral do que como um espaço que serviu aos propósitos de debater propostas de governo, pois ali os participantes realizaram fundamentalmente sugestões e comentários para a campanha de José Serra e exploraram o espaço como arena de propaganda negativa, com acusações e campanha difamatória contra os adversários.

A estratégia do partido e *staff* da candidatura de Serra na utilização do espaço foi explorar o potencial viral da Internet para disseminar campanha negativa contra a candidata situacionista, visto que o fórum estava ligado às redes sociais. A campanha de Serra se beneficiou da inteligência coletiva e do potencial colaborativo desse espaço. Citamos como exemplo que foi naquele fórum e a partir da intervenção de uma internauta que foi debatida a proposta do salário mínimo em R\$ 600,00:

TEMOS QUE URGENTEMENTE COMEÇAR A PROMETER. O SALARIO MINIMO DA DILMA EM 2011 SWERÁ DE 538. QUE TAL SERRA PROMETER ARREDONDAR PARA 600? (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Já o segundo fórum de José Serra analisado, o de Reforma Agrária, possibilitou um trabalho de investigação mais minucioso no que tange à sua efetividade em termos programáticos.

Embora parte significativa dos participantes do fórum tenha centrado a discussão em questionamentos à legitimidade do MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra, o que empobreceu bastante o debate sobre o tema, a análise aprofundada das discussões travadas no fórum possibilita apontar que ali foi levantado um conjunto de propostas substantivas para a questão agrária no Brasil.

Um grande contingente dos participantes pautou a sua participação no fórum de Reforma Agrária a partir da compreensão de que o problema agrário no Brasil, que se arrasta por quase dois séculos, se resume a neutralizar os "desmandos dos baderneiros" do MST. Por conta disso, inclusive, é que uma parte significativa das opiniões postadas naquele espaço nem constou na compilação feita pelos responsáveis pelo fórum - uma vez que não se configuravam em ideias plausíveis de serem consideradas no programa de governo - embora tenha sido mantida ali, pois fazia parte da estratégia de disputa política.

Para a parcela dos participantes do fórum de Reforma Agrária que interpretava que resolver os problemas agrários no Brasil significava neutralizar o MST, o possível governo Serra teria que desenvolver ações no sentido de: coibir as invasões de terra; "desarmar" o MST; desarticular o "comunismo" do MST; fazer valer o direito de propriedade; retirar o conteúdo ideológico da discussão sobre a reforma agrária; banir o MST do mapa; coibir a legião de baderneiros do MST; neutralizar as ações dos líderes do MST; punir severamente as invasões de terra; criminalizar os movimentos que incentivam as invasões de terra; garantir a prisão dos invasores de terra, entre outras. Destaca-se, porém, que mesmo entre os participantes que defendiam a desarticulação das ações do MST, havia propostas que apontavam no sentido de encontrar soluções para esse gargalo político histórico, que se arrasta por dois séculos no Brasil.

De um total de 67 participações neste fórum de debate, 42 foram destinadas a debater propostas de governo. Uma análise mais pormenorizada sobre as propostas de Reforma Agrária evidenciou que nem todas as propostas podiam ser consideradas em um processo de sistematização de programa de governo. Isto porque algumas mensagens, embora refletissem sobre a questão agrária no país, realizavam até mesmo propostas anticonstitucionais, como a proibição da existência de movimentos de luta pela terra, por exemplo.

Foi possível identificar as seguintes propostas dos participantes no interior do fórum de Reforma Agrária:

- Um processo de repactuação federativa da reforma agrária e descentralização de sua atribuição para estados e municípios;
- Financiar a reforma com recursos do FGTS e Fundo de Emergência;
- Ter ações governamentais mais incisivas no sentido de dar suporte técnico para os assentados da reforma agrária e implantação de políticas de apoio aos assentados, com fornecimento de infraestrutura, educação e meios para comercialização e distribuição;
- Priorizar a reforma agrária para os pequenos agricultores;
- Implantar um Cadastro Único de beneficiários sem-terra;
- Fomentar a formação de cooperativas de assentados para aquisição de equipamentos, comercialização e distribuição da produção;
- Tomar medidas visando garantir a autonomia e a posse definitiva aos assentados;
- Organizar os assentados em cooperativas, tendo como modelos as ONG's e as OSCIP's;
- Acabar com os acampamentos de reforma agrária;
- Financiar a reforma agrária com recursos dos assentados;
- Realizar uma reforma agrária pactuada entre o governo, os camponeses e os fazendeiros;
- Criar um sistema de financiamento "Minha terra, minha vida";
- Garantir que os municípios assumam o processo de cadastramento e a definição do perfil dos que estão reivindicando terra para trabalhar, com o cuidado de garantir que tais pretendentes se cadastrem apenas no seu município de origem;
- Municipalizar a reforma agrária;
- Cadastrar os pretendentes a assentamentos somente no seu município de nascimento;
- Apoiar a agricultura familiar e os pequenos produtores;
- Financiar os filhos dos pequenos agricultores e os pequenos produtores de forma geral, por meio de apoio técnico-financeiro;
- Fomentar parcerias com empresas;
- Garantir a profissionalização dos serviços desenvolvidos na agricultura;
- Capacitar os assentados para que produzam mais;

- Dar título definitivo aos assentados;
- Transformar os assentamentos como Unidades Cooperativas, não havendo qualquer forma de direito dos assentados sobre a terra;
- Adotar o assentamento como um sistema, ancorado em universidades, sustentabilidade, ecoturismo, agronegócio;
- Criar condomínios agrários;
- Otimizar os recursos disponíveis para os assentados, para evitar que os assentados em programas de reforma agrária passem fome;
- Oferecer apoio técnico adequado para que os assentados produzam para se auto-sustentarem;
- Dar títulos definitivos de posse da terra aos assentados, agilizando o acesso às instituições financeiras;
- Encaminhar mudanças na legislação para facilitar a reforma agrária;
- Desenvolver estudo no sentido de mudar a constituição para facilitar o encaminhamento da reforma agrária;
- Encaminhar uma emenda à Constituição garantindo a desapropriação de terras para a reforma agrária;
- Realizar um plebiscito popular sobre a reforma agrária;
- Desenvolver ações governamentais no sentido de modificar o caráter de atuação do INCRA;
- Extinguir o INCRA;
- Despolitizar o INCRA;
- Fortalecer o INCRA, que se encontra sucateado;
- Valorizar profissionalmente os peritos federais agrários;
- Criar linha de crédito para aquisição de unidades produtivas, onde o interessado tenha seu cadastro aprovado por uma junta técnica de empresas de extensão rural;
- Proibição de desapropriação de propriedades rurais particulares;
- Criar lei obrigando o MST a entrar na legalidade com registro e personalidade jurídica para ser responsabilizado por seus atos ilegais;
- Facilitar empréstimos rurais do BNDES para proprietários rurais para aumentar a produção ao invés de priorizar grandes empresas, como empreiteiras, frigoríficos, etc.

- Promover Reforma Agrária para os indígenas;
- Disponibilizar uma equipe multidisciplinar itinerante para os assentamentos (médicos, psicólogos, dentistas, fisioterapeutas, coordenadores pedagógicos);
- Lotear e doar terras com mais de dois anos em abandono;
- A cada determinado número de lotes vendidos por fazendeiros, destinar uma cota gratuitamente aos Sem Terras;
- Desenvolver núcleos de assentamentos, seguindo o modelo da China;
- Criar projetos regionais de agroindústria orgânica;
- Criar o PARURAL - Plano de Arrendamento Rural;
- Criar, com recursos do FAT, programas específicos de capacitação do pequeno agricultor ou assentado;
- Fomentar, junto com as prefeituras, a instalação de pequenas e médias indústrias para absorver a produção.

É possível perceber que, em alguns casos, os participantes se posicionaram de forma diametralmente opostas, como em relação ao INCRA, uma vez que um participante defendeu a extinção do órgão, enquanto outro defendeu o fortalecimento do mesmo. Portanto, jamais ambas as propostas poderiam ser contempladas no programa de governo da candidatura.

Para analisar a efetividade do fórum no que tange à incorporação das propostas, contrastamos as sugestões realizadas na Proposta Serra com o documento programático final da candidatura.

No programa de governo de José Serra, o tema de Reforma Agrária foi agrupado à agenda setorial de Agropecuária. Computamos a incorporação de 31,17% das propostas oriundas da plataforma de discussão interativa. Verificamos que, em alguns casos, um único ponto programático incorporou duas ou mais sugestões da Proposta Serra. Verificaram-se, evidentemente, mudanças na redação de várias propostas, mas que contemplaram o sentido original das sugestões dos participantes.

O programa de governo contemplou o perfil ideológico da imensa maioria dos participantes do fórum online no que tange à neutralização do

MST - Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra, combate às ocupações de terra e reafirmação da garantia constitucional da propriedade privada no meio rural. No programa de governo de José Serra o lema da temática de Reforma Agrária foi: "a reforma agrária do conflito deve ser superada pela reforma agrária da produção". A redação final deste tópico do programa de governo do candidato foi a seguinte:

Os movimentos sociais dos sem terras, ou sindicais, ligados aos trabalhadores rurais, devem ser parceiros da ação governamental, e não assumirem eles próprios as ações de Estado. Muito menos pretendem fazer justiça com as próprias mãos, invadindo propriedades rurais para exigir sua desapropriação. Tal ação não faz parte dos marcos do regime democrático e não será tolerada no futuro governo.

Paz no Campo - Ações:

Combater as invasões de terra, promovendo sempre que possível a negociação com movimentos sociais.

Dar respaldo aos estados no cumprimento das ações de reintegração de posse nas áreas invadidas, assegurando-se o fiel cumprimento da Constituição;

Combater a violência contra os pequenos produtores de posse precária no campo, buscando a regularização fundiária como forma de garantir tranquilidade no meio rural. (Programa de Governo de José Serra, 2010).

Outro ponto em que houve acordo significativo entre as propostas dos participantes do fórum e o texto do programa de governo foi em relação à agricultura familiar. Das 4 propostas apresentadas no fórum interativo, 3 delas foram levadas em consideração na elaboração do programa de governo sobre este tópico. Cabe destacar, porém, que o programa de governo deu muito mais ênfase ao apoio aos extensionistas rurais, posicionando-se favoravelmente à reorganização do sistema de assistência técnica, ao revigoramento das entidades estaduais oficiais de assistência técnica e ao apoio à formação complementar.

Outro rol de propostas que ganhou espaço no programa de governo do candidato relaciona-se à política de apoio aos assentamentos. Das 7 propostas apresentadas em relação a este tópico, 3 delas foram levadas em consideração pelos sistematizadores do programa de governo, ao firmarem o

compromisso no sentido de desenvolverem ações visando assegurar qualidade produtiva nos assentamentos, garantir o atendimento às necessidades básicas dos assentados e “despolitizar a gestão e profissionalizar o INCRA”.

Fortalecer a assistência técnica aos pequenos agricultores, adotando critérios semelhantes aos do agente de saúde - o agente rural - para o atendimento aos agricultores mais pobres;

Criar incentivos à produção da agricultura orgânica como alternativa de renda na agricultura familiar;

Revigorar as entidades estaduais oficiais de assistência técnica e extensão rural, com aumento do aporte de recursos orçamentários da União;

Oferecer cursos de capacitação técnica e profissionalização aos pequenos agricultores, incluindo os assentados de reforma agrária, com ênfase no empreendedorismo rural.

Assegurar a qualidade produtiva nos assentamentos, com o oferecimento e disponibilização de assistência tecnológica, organização da produção e comercialização, com respeito ao meio ambiente;

Garantir o atendimento às necessidades básicas nos assentados;

Despolitizar a gestão e profissionalizar o INCRA - Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária, valorizando os funcionários de carreira. (Programa de Governo de José Serra, 2010).

Destaca-se, entretanto, que foram descartadas outras ações para atender demandas dos assentados sugeridas pelos participantes do fórum, tais como: o incentivo à organização de cooperativas, a estruturação sistêmica dos assentamentos, medidas para fixar os assentados na terra e para o escoamento da produção agrícola.

Foi possível constatar que parte das propostas que contemplava o perfil ideológico da candidatura foi incorporada ao programa de governo e eram elogiadas pelo interlocutor no interior do fórum. Quanto àquelas que “destoavam”, parte era ignorada, parte contestada pelos participantes do fórum e outra parcela ínfima recebia um posicionamento já no decorrer das discussões, como neste caso, em que o próprio Xico Graziano respondeu ao internauta:

Secretário, A reforma agrária sempre será um desafio imenso a qualquer governo dentro do contexto atual, em que, grandes latifúndios são mantidos, com o objetivo único de ganhos sobre capital. Deveria ser criado, à exemplo do que existe em termos da manutenção da área de preservação permanente, uma lei de uso adequado do imóvel. Ex. Dez por cento da área total do imóvel, com área superior a 242 ha. (exemplo) deverá ser usada obrigatoriamente, em atividade agrícola. Assim, com um prazo de dois anos para validar a exigência, os proprietários teriam tempo para se adequarem à legislação e iniciaria um processo de mudança total no panorama agrícola no país. Primeiro porque, também as terras destinadas a outras atividades se enquadrariam na obrigação, exigindo a adequação imediata dos grandes proprietários. Isto, por sí, já provocaria uma imensa reforma agrária, com terras sendo vendidas a preços menores para facilitar o cumprimento da lei. A produção aumentaria substancialmente com custos de distribuição menores e menor valor de mercado, melhorando a alimentação do povo. Enfim, a partir de então, seriam as consequências que o governo, com sabedoria, poderia usar para acomodar o necessário, em termos de produção, de impostos e de mão de obra, nas áreas de produção. (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Resposta do coordenador Xico Graziano:

Eu entendi sua proposta, com sentido produtivo. Mas sinceramente, eu não conheço nenhum imóvel rural que deixe de utilizar 10% de sua área produtivamente. Essa história de latifúndios que ficavam sem utilização acabou no país faz uns 50 anos. (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Comentários de outros participantes do fórum:

o que é grande latifúndio? existe certo romantismo sobre o assunto e muitos equivocos dos urbanos em relação a reforma agraria. não existe mais essas areas sonhadas pelos "sem terra". (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

QUEM QUISER TERRA TEM É QUE TRABALHAR PARA COMPRAR , NAO O GOVERNO FICAR DOANDO TERRA PRA ESSES QUE NAO QUEREM NADA COM A DUREZA. OS LIDERES SAO BILIONARIOS E LADRÕES TEM QUE POR NA CADEIA. (destaques em caixa alta utilizados no original) (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Além de posicionamentos do coordenador Xico Graziano, também os interlocutores do fórum incumbiam-se de “descartar” algumas propostas:

Solução para o MST. Não existe kibutz em Israel. Seria tipo uma cooperativa, onde ninguém é dono de nada. Todo mundo trabalha em pro da comunidade. Refeição coletiva, centralizado, economizando e otimizando a refeição para todos. Serviço coletivo rende mais que apenas uma pessoa. Administração coletiva, todos eforçamento para o mesma direção. Crescimento econômico e auto sustentável. Sem interferência de políticos corruptos. Inicialmente o governo teria que implantar o projeto financeiramente. Isso é feito quando se contrui uma universidade. Um parcela do ICMS vai para as universidades. Depois de implantado, que em uma semente na terra é so crescer. (sic.). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Esta proposta recebeu as seguintes respostas dos interlocutores:

Solução para o MST é CPI e cadeia. Solução para movimentos agrários legítimos é criar Programas Sociais, como por exemplo o que podemos propor, mais ou menos semelhante a essa sua proposta: CONDOMÍNIOS AGRÁRIOS. (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

boa tarde !! mt interessante esta proposta, no entanto vc ja ouviu falar em liberalismo? acredito que esta proposta não se encaixa neste programa de governo, um motivo obvio é que este partido apoia a livre iniciativa (pelo menos dos pobres) ou seja se eles quiserem conquistar estes "direitos" ser[á a proprio custo !! ou seja de forma alguma (pelo menos ideologicamente) o governo federal iria intervir numa questão socioeconomica dessas!!! alem disso acredito que as expresões: para todos, coletivo e icms para universidades devem dar alguns calafrios nos partidos de direita!! (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Também esta proposta recebeu um posicionamento no interior do fórum:

Comodato de terras: Porque o Brasil não adota o sistema utilizado na China ? tenho a certeza que 80% dos chamados "Sem Terra" do MST acabariam o sistema é mais ou menos o seguinte : 1) O Brasil criaria núcleos para assentamento 2) Forneceria lotes sem título de posse definitiva 3) O agraciado precisaria trabalhar na terra , por pelo menos 20 anos, produzindo insumos que o País determinasse. 4) O governo ficaria com 30% da produção (para distribuir aos necessitados, flagelados, etc) e os 70% restantes, o assentado poderia comercializar. 5) Nestes assentamentos, o governo forneceria escola , posto médico avançado (1os. socorros) e moradia. 6) Forneceria sementes, patrulha mecanizada e acompanhamento técnico por parte dos técnicos da

EMBRAPA. Creio que o verdadeiro "assentado" quer ter uma vida digna, e não ficar se enfiando em "lutas" políticas, com invasão de terras, etc.... (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Caro ... A grande complicação seria a gestão desta proposta... quem fiscalizaria uma enorme massa de pequenos produtores espalhados pelo país que teriam que produzir e dar 30% da produção para o Governo. para romper o paternalismo e/ou cumplicidade com interesses corporativistas de certos movimentos sociais acho que o Governo deveria ter uma política de titulação rápida integrando-os como agricultores familiares (existem políticas para eles). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Esta proposta teve o seguinte comentário de um internauta:

Entenda!!! Fodam-se os pobres!!!! Eles que elegeram Lula. Quer realmente ajudar os pobres, dê-lhes escola que preste e obrigue-os a frequentar. Sim, porque dar peixe é fácil, ainda mais pescados por outrém. Não aguento mais contribuir para ver meu sacrifício sendo doado. Eu estou esperneando para me manter e ninguém tá nem aí pra classe que não se conforma em ser pobre, que luta pra sair do lugar, que migra em busca de oportunidade, de trabalho, de espaço. Eu não aguento mais esta ladaíinha de ajudar pobre. Os ricos estão cada vez mais ricos os pobres não tem ambição pois, se tivessem, não o seriam. Que país de merda é este que só fode com quem trabalha? Semana passada conversei com o maior produtor de grãos do Br. Falei em preço de uma colheitadeira e ele riu, tinha acabado de fechar um negocinho de 50. Sabe quanto é o preço destá máquina pra mim? R\$ 380.000,00 Sabe a que preço ele negociou? R\$ 250.000,00. Não tenho um pingão de inveja dele, ao contrário admiro sua competência e coragem. Para os micros agricultores trator de graça. Eu fico no meio. Não sei seando pra trás de uma vez pois, pra frete é quase impossível. É este o Br de hoje. Então eu quero um basta de favores com o meu dinheiro aos pobres já que não fazem com o dinheiro dos ricos. Ou o Br entende isto ou teremos uma grande confusão pela frente. A classe mediana não aguenta mais esta ladaíinha. Reforma agrária é papo do século 18. Abraços. (sic). (Mensagem postada no fórum online de José Serra, 2010).

Os posicionamentos dos coordenadores e interlocutores, exceções à regra, frente a algumas propostas e temas abordados permitiram aos cidadãos compreenderem melhor o perfil da candidatura de José Serra em relação à temática da Reforma Agrária.

4.6.2 Efetividade dos fóruns de Marina Silva

No início do processo eleitoral, em 10 de junho de 2010, a candidata Marina Silva apresentou ao TSE uma primeira edição de Diretrizes de Governo. Posteriormente, a equipe da candidata publicou esta primeira versão online em seu website para recebimento de contribuições da sociedade para a elaboração de um Programa de Governo.

No decorrer do primeiro turno, Marina Silva apresentou uma segunda versão ampliada das Diretrizes de Governo, com base na colaboração de 92 especialistas e em 980 sugestões enviadas por internautas que participaram dos fóruns de discussão online. Portanto, embora não tenha apresentado um programa de governo propriamente dito, no que tange ao aspecto programático, a iniciativa rendeu resultados.

Em relação à efetividade dos fóruns de discussão de Marina Silva, avaliamos que o fórum “Cultura e Fortalecimento da Diversidade” praticamente não foi efetivo, pois a segunda versão das Diretrizes de Governo de Marina Silva considerou de forma residual as sugestões dos participantes, incorporando-as apenas na forma de pautas genéricas:

Lutar contra todas as formas de discriminação: étnica, racial, religiosa, homofobia, sexismo ou outra - Garantir a cada grupo espaço próprio de participação política e de respeito e atenção às suas demandas específicas, ou seja, uma porta de entrada para suas reivindicações, clara e bem identificada, no governo federal. Os Conselhos de Políticas para as Mulheres e da Juventude, as Conferências de Direitos Humanos e de LGBT são exemplos de instrumentos na luta contra a discriminação e na melhoria da elaboração de políticas para públicos específicos. (Segunda versão das Diretrizes de Governo de Marina Silva, 2010).

No interior deste fórum surgiram propostas sobre questões polêmicas que, embora respondidas individualmente aos internautas, não foram incorporadas às Diretrizes de Governo. A respeito de diversas questões, Marina Silva (e sua equipe de conteúdo) procurou se equilibrar entre a sua

posição religiosa e a sua trajetória de militante de esquerda que não tinha intenção de se indispor com as bandeiras das minorias.

Quando questionada sobre sua posição, por exemplo, sobre pesquisas com células-tronco embrionárias, descriminalização das drogas, legalização do aborto, adoção de crianças por casais homossexuais, afirmou não ter posição definida e advogou plebiscitos para discutir temas controversos, o que transpareceu uma estratégia para não se indispor com os públicos contra e a favor, procurando manter o “benefício da ambiguidade” (DOWNS, 1999; STROMER-GALLEY, 2000).

Neste sentido, o fórum “Cultura e Fortalecimento da Diversidade” foi um espaço utilizado eminentemente para dirimir polêmicas em relação à candidata, por meio da resposta individualizada a cada questionamento. Quando surgiu, por exemplo, uma questão a respeito da posição da candidata sobre LGBTs, foi ressaltado seu respeito às diferenças, apesar de não ser favorável ao casamento gay, o que considera um sacramento; não obstante, afirmava que o Estado laico deveria assegurar a todos, sem distinção, direitos civis; deste modo procurava amenizar sua posição defendendo a união civil entre homossexuais, enfatizando que suas opiniões pessoais, baseadas em sua profissão de fé cristã evangélica, não iriam interferir em suas tomadas de decisões diante da chefia do Estado laico. Para dirimir polêmicas que circulavam nas redes, Marina publicou a seguinte resposta:

“Quem conhece a minha história e convive comigo sabe que respeito as diferenças e sou defensora da tolerância. [...]Nos últimos dias, um vereador de meu partido, militante do movimento LGBTs, me escreveu, com cópia para outras pessoas, dizendo que eu “escondi” a bandeira arco-íris que ele me entregou durante um evento público na Assembleia Legislativa de Minas Gerais. O assunto chegou a ganhar certa repercussão no universo da internet. Sander Simaglio, segundo ele escreve, teria me pedido para estender a bandeira. Sander, um ativo militante e parlamentar, atual presidente da Comissão de Direitos Humanos da Câmara Municipal de Alfenas, subiu ao palanque no momento em que o presidente do partido em Minas, Ronaldo Vasconcellos, fazia seu discurso de posse. Na sequência, solicitou que eu tirasse uma foto ao seu lado. Atendi Sander, como faço com todos os pré-candidatos do PV, para registrar aquele encontro momentâneo. Não me recordo de ter tido qualquer outro diálogo com ele. Logo em seguida, de forma simpática e respeitosa, ele me passou a bandeira que retirou do bolso de seu paletó. Como fiz com tantas outras lembranças que me foram dadas naquele dia -

livros, artesanatos e flores -, passei a oferta do vereador para a minha assessoria. Então nos abraçamos, nos despedimos, e não notei nenhum desapontamento de sua parte. Aliás, não tive nenhuma reação surpreendente ao receber a bandeira. Receber presentes e lembranças simbólicas é um ato corriqueiro em minhas andanças pelo país. Por fim, reafirmo: ainda que minha conduta moral e ética integrem valores da fé cristã, que professo, não discrimino quem quer que seja e defendo plena cidadania para todos. O mesmo espero de todas as outras pessoas, candidatas ou não. (<http://www.minhamarina.org.br/blog/2010/04/o-que-penso-a-respeito-do-movimento-lgbts/>).

Nesta mesma linha, no interior do fórum foram respondidos outros questionamentos de internautas:

Já que temos perguntas sobre união civil de homossexuais nesse tópico, farei outra pergunta do tema: qual a posição de Marina na adoção de crianças por casais homossexuais? (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).

MARINA
SILVA



Cara ..., Na opinião de Marina qualquer criança em direito a um lar, receber e dar carinho, conviver em paz e harmonia. Qualquer adoção deve ser realizada com cautela e acompanhada de avaliações técnicas realizadas por especialistas. Obrigado. Equipe de Conteúdo.

Olá Marina, não estou convencida de que você realmente defende a união civil entre gays, suas propostas es relação ao assunto homofobia é muito vago e me parece mais preconceituoso, pois acredito no que a Constituição fala: Que todos são iguais, e acredito que cotas para negros e lei que "garantam" que gays não serão mais discriminados não funcionam, somente criam mais revolta na população como um todo, pois se todos somos iguais, basta um reconhecimento, uma permissão, e EDUCAR o povo para que aceite isto, não forçando esta aceitação, pois um crime contra um gay ou contra um hetero não tem diferença nenhuma, e gostaria também de ver a candidata comentando sobre o assunto mais aberta e esclarecidamente. Obrigada. (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).

MARINA
SILVA



Olá, A ideia é justamente através da educação fazermos falar a Constituição sem que precisemos ser específicos quanto a criação de leis deste gênero. Por enquanto, em meio a esse processo, é necessário que adotemos políticas de ações afirmativas para que a democracia e pluralidade realmente aconteçam em seus diversos âmbitos. Obrigado. Equipe de Conteúdo.

Desabafo Se Marina defende que os direitos civis de todos os cidadãos devem ser assegurados isso significa apoio a união civil de pessoas do mesmo sexo? Acho que para haver igualdade e acabar de vez com o preconceito não basta combater apenas a homofobia, mas a idéia de que casais homossexuais não podem manter uma família com direitos garantidos em lei (incluindo leis de adoção). (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).



Cara ..., Marina é a favor da união civil entre de pessoas do mesmo sexo. Sobre adoção de crianças, ver "Marina responde". Obrigado. Equipe de Conteúdo.

Marina responde: Adoção de crianças por parte de casais homossexuais; a favor ou contra? "(...) Eu ainda não tenho opinião (...) seja um casal homossexual, seja um casal hétero, seja o que for, vai sempre passar por uma avaliação técnica e obviamente que não sou eu que tenho competência para fazer essa avaliação técnica".

Marina responde: Drogas. A sra é favorável à descriminalização das drogas, especialmente à descriminalização da maconha? Se eleita, pretende intervir para alterar a legislação nesse sentido? "(...) Temos que ter mais informação, mais debate, mais convergência para podermos encontrar o caminho. Continuar como está não é a solução. (...) advogo em favor de um plebiscito."

Em relação ao segundo fórum analisado, que versava sobre Educação, foi possível realizar um trabalho aprofundado de investigação quanto à incorporação de sugestões dos internautas à segunda versão das Diretrizes de Governo. Analisando o fórum de discussão sobre Educação da candidatura de Marina Silva, é possível constatar que houve naquele espaço um debate profícuo de propostas. Embora tenha sido também um espaço para declaração de apoio à candidatura, o mesmo gerou diversas propostas sobre o tema:

- Fixar um percentual de 7% do PIB para ser investido na educação; a meta de 7% de investimento na educação deveria constar no programa de governo;
- Ampliar os investimentos em pesquisas;
- Aumentar a quantidade e o valor das bolsas pagas pelo governo;
- Criar um "PAC" da educação;
- Remanejar verbas de outras áreas do governo para a Educação. O

governo deveria priorizar os investimentos em educação em não os investimentos em defesa (no Ministério da Defesa);

- Aumentar os investimentos em todos os níveis da educação;
- Maior apoio à pesquisa científica;
- Estímulo à contratação de doutores em universidades particulares;
- Aumentar as bolsas: iniciação científica, mestrado, doutorado, pós-doutorado, bem como, criar mecanismos de fixação de novos pesquisadores;
- Criação de uma poupança-escola, garantida por um fundo de incentivo à permanência dos estudantes nas escolas (com base no projeto do Senador Cristóvão Buarque);
- Instalação de PAE (Programa de Aceleração da Educação), que planeje o futuro da educação;
- Redução do custo do material escolar;
- Investir no gerenciamento operacional da atividade escolar e incentivar a autoridade;
- Criar um prêmio nacional do bom aluno, o qual deve ser entregue pelo Presidente da República em cerimônia no Palácio do Planalto;
- Expandir o ensino técnico;
- Aumento dos investimentos no ensino técnico-profissionalizante;
- Aumentar os investimentos no ensino técnico, pois já temos profissionais em excesso no nível superior;
- Centrar os investimentos públicos no ensino básico, pois isso garantiria uma maior base de conhecimento para as etapas subsequentes do ensino, inclusive garantindo que os estudantes chegassem ao ensino superior com as condições necessárias para a realização de um bom curso universitário;
- Aumento dos recursos para o ensino básico;
- Priorizar os investimentos no ensino médio;
- Priorizar os investimentos na educação básica;
- Aumentar os investimentos na educação infantil;
- Incorporar experiências pedagógicas bem-sucedidas, como a pedagogia Freinet, desenvolvida no ensino infantil e fundamental de escolas em

Campinas;

- Ensino em horário integral na educação de base, visando ampliar a formação profissional e ética do estudante e permitindo a ele participar de atividades extracurriculares e extracolegiais;
- Os projetos dos centros esportivos para a Olimpíada e a Copa do Mundo no Brasil devem ser pensados a partir de modelos arquitetônicos que levem em consideração a possibilidade de que os mesmos sejam posteriormente utilizados como espaços educacionais de ensino básico e fundamental, nos quais os alunos terão atividades em tempo integral (dando um destino correto aos elefantes brancos);
- Cortar verbas do ensino superior para arrumar recursos para investir no ensino básico;
- Fim do ENEM, que é uma forma de esconder a poeira embaixo de tapete;
- Fim das cotas raciais;
- Focar os investimentos nos professores;
- A resolução dos problemas da educação passa pela adoção de medidas no sentido de valorização dos professores;
- Criar programas de capacitação dos professores;
- Aumento o piso salarial
- Criar medidas para melhorar a formação dos professores;
- Tomar medidas para devolver a auto-estima dos responsáveis pela transmissão do conhecimento, tendo como consequência a revalorização da educação formal;
- Investir na capacitação dos professores, para possibilitar que os mesmos preparem aulas mais atraentes;
- Definição de um teto salarial para os professores; não se justifica um professor ganhar menos que um deputado;
- Formar professores de qualidade e cobrar deles na hora do concurso, que deve adotar critérios bastante exigentes;
- Melhor qualificação dos professores e a adoção de um sistema unificado e participativo de educação em todo país. Aulas interdisciplinares e interativas, que envolvam a família e a comunidade

no compromisso de vencer o caos que se instalou na educação;

- Aumento dos salários dos professores;
- Ampliar o programa de merenda escolar para atender as necessidades básicas de alimentação dos alunos e, com isso, possibilitar o processo de aprendizado;
- Levar em consideração a situação de moradia dos alunos;
- Por conta da situação social de muitos alunos, a escola deveria fornecer um café da manhã reforçado e almoço, bem como, atividades esportivas em período oposto;
- Não se pode aprender sem que se tenha uma alimentação e uma moradia decente;
- Lutar pela erradicação do analfabetismo no Brasil;
- Que a União se comprometa em fazer valer a Constituição de 1988, disponibilizando para todos uma educação de qualidade, garantindo assim as Leis de Diretrizes de Bases;
- Investir na infra-estrutura das escolas, prover a carência de livros, bibliotecas e internet;
- Criar melhores condições de segurança nas escolas, desenvolvendo ações integradas com as polícias e conselho tutelar;
- Garantir um avanço em relação à educação ambiental;
- Assumir compromisso com a educação ambiental, algo a ser manifestado inclusive na política de escolha da merenda escolar, ao se incentivar o consumo de alimentos orgânicos que, por si só, já contribuiria com um processo diferenciado de educação alimentar dos próprios alunos;
- Que a candidata assuma um compromisso com a educação ambiental;
- Adotar uma merenda escolar orgânica, saudável e sustentável, proporcionando aos alunos uma educação alimentar e saúde de qualidade.

Analisando comparativamente as diferentes versões das Diretrizes do Programa de Governo de Marina Silva, observa-se que a equipe de conteúdo inseriu 35,23% das propostas sugeridas pelos internautas à segunda

versão das Diretrizes.

Analisando a versão ampliada, percebemos que houve a incorporação de propostas sugeridas pelos participantes do fórum no que tange à valorização dos profissionais da educação, aumento do piso salarial dos professores, a implantação de experiências integrais de educação, a valorização do conhecimento popular oriundo da comunidade, a garantia de acesso ao computador e Internet, o incentivo ao ensino técnico e tecnológico e a licenciaturas curtas, atenção à primeira infância, entre outras.

A redação final contemplando novos tópicos nas Diretrizes de Governo foi a seguinte:

Investimento intensivo em todos os níveis da educação formal, no ensino técnico e tecnológico, pela ampliação do acesso às tecnologias e pelo desenvolvimento de outros espaços de aprendizagem;

Criação de centros de excelência para o desenvolvimento de estudos e pesquisas que possibilitem respostas aos desafios de um desenvolvimento sustentável e da vida no planeta;

Melhoria da qualidade da educação básica de modo a garantir as aprendizagens de todos os alunos na idade correta;

A qualidade da educação passa pela valorização do professor, priorizando-se sua formação inicial e continuada e também pelo estabelecimento de planos de carreira e salários dignos;

Com o objetivo de se garantir que os professores se apropriem de novas bases curriculares e das tecnologias digitais, é importante a realização de um pacto educacional para o estabelecimento de parcerias com todos os segmentos sociais e especialmente com as universidades públicas e privadas para que o redirecionamento da formação dos professores responda aos novos desafios da sociedade;

Ensino médio e profissionalizante - Definir parâmetros contemporâneos para o ensino médio que promovam o crescimento do número de matrículas e evitem a evasão de alunos. Expandir a rede de escolas técnicas para responder às demandas do mercado de trabalho, priorizando-se as profissões relacionadas à economia verde. Capacitar cidadãos e instituições da sociedade civil para a realidade do trabalho. Implementar políticas de subsídio à permanência dos jovens no ensino médio, adequadas às diferentes realidades regionais e especificidades dos sistemas de ensino;

Atenção à primeira infância articulada com as áreas de educação, saúde e assistência social - Apoiar a ampliação de creches com instalações apropriadas, condições básicas de higiene e profissionais qualificados,

para que as mulheres possam trabalhar com tranquilidade. Garantir qualidade nas creches públicas com cogestão comunitária, assegurando supervisão com o intuito de prover funcionamento e educação adequados. Integrar as políticas de atendimento à primeira infância aos programas de apoio à família com transferência de renda e capacitação relativa aos cuidados de saúde e ao desenvolvimento físico, cognitivo e emocional das crianças feito por agentes comunitários;

Educação Integral - Garantir as aprendizagens dos alunos com ênfase em uma educação integral e inclusiva, em que se considerem tanto as dimensões afetivas, físicas e cognitivas do desenvolvimento das crianças e adolescentes, como as aprendizagens, tempos, valores e atitudes nos diversos campos do conhecimento. O reconhecimento de inúmeras oportunidades existentes nos espaços das comunidades e das famílias possibilita a implementação de diferentes arranjos organizacionais;

Valorização dos profissionais de educação - Garantir a mudança do quadro atual da educação, que deve passar por um resgate do reconhecimento e respeito da importância social dos profissionais da educação, envolvendo não só gestores, diretores, professores, mas também bibliotecários, inspetores e serventes. Promover o aumento e o cumprimento do piso salarial dos profissionais, investir na melhoria das condições de trabalho e dos planos de carreira, assim como fortalecer programas de formação inicial e continuada adequados e de qualidade. Estabelecer rede digital de compartilhamento de experiências e construção coletiva do conhecimento e garantir o acesso a computador e Internet aos professores;

Efetivar a erradicação do analfabetismo e promover a importância das relações étnico-raciais, de gênero e diversidade sexual adequadas às diferentes realidades educacionais e especificidades regionais;

Novos conhecimentos - É preciso reorientar o conhecimento e os modos de organização da escola e as demais instâncias educadoras da sociedade, considerando-se como eixos centrais: a educação científica, as questões socioambientais, a diversidade cultural e as tecnologias digitais, que se tornam cada vez mais dinâmicas por meio das redes sociais. (Segunda versão das Diretrizes de Governo de Marina Silva, 2010).

Um olhar mais aprofundado sobre a segunda versão das Diretrizes demonstra que as propostas incorporadas se processaram tendo como base as diretrizes sugeridas pelos coordenadores. Em termos gerais, questões polêmicas foram evitadas. Enquanto nos debates no interior do fórum a equipe de conteúdo demonstrava-se favorável a algumas propostas, como a fixação de um percentual 7% do PIB para investimento em educação, estas não foram incorporadas ao texto final.

O único posicionamento claro a respeito de temas polêmicos foi em relação às cotas raciais, mesmo em relação a participantes que defendiam o fim das cotas raciais.

Pelo amor de Deus, acabem com essa imoralidade de COTAS RACIAIS isso é um absurdo enorme, por ser racismo puro, contra o qual inclusive os negros, pseudo beneficiados, deveriam se revoltar. Negro tem tanta capacidade quanto branco, deve ter iguais oportunidades e ser avaliado por criterios identicos. O que temos que ter é boas escolas publicas partindo do pre primario e indo até as universidades. (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).



Caro ..., Consta nas diretrizes de governo de Marina que o Estado deve lutar contra todas as formas de discriminação e garantir a todo grupo espaço para participação política e social. Como uma medida a curto prazo, as cotas raciais entram para " restaurar o equilíbrio aos desequilíbrios históricos contra as minorias". Obrigado. Equipe de Conteúdo.

Marina, Como "Garantir um acesso mais democrático ao ensino superior, em especial à sua modalidade pública e gratuita...", como exatamente você pretende fazer isso? Através das criticadas "cotas"? Porque acredito que elas sejam um péssimo plano, tanto a pequeno quanto a longo prazo. Estudo em uma Universidade Federal e admito que 90% dos alunos teriam plena capacidade de pagar por uma Universidade Particular, o que é uma grande exclusão social. Mas, o vestibular é justo: passa aquele que tirar a maior nota. O fato de 90% dos alunos serem de classe média/alta não prova que é necessário "cotas" para entrada de outros estudantes, e sim o aumento do nível da educação de base. [...] Privar um aluno com maior conhecimento de entrar na faculdade devido a "cotas" é um abuso de poder e espero que a senhora, caso eleita, não cometa esse erro. (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).



Olá ..., A inclusão do sistema de cotas no ensino superior é uma das extratécnicas importantes para diversificar a produção acadêmica, reduzir os prejuízos históricos, entre outros aspectos. Além disso, apostar no professor de carreira, abrir novas vagas e cursos no ensino superior são fundamentais para melhora do mesmo. Obrigado. Equipe de Conteúdo.

Tenho lido os tópicos referente a educação e cultura aqui no site e vejo muito sendo discutido em relação as cotas nas universidades públicas.

Estudei em uma universidade onde havia o ingresso de cotistas e posso falar com total certeza que há um despreparo desses alunos ao ingressar na universidade. Eles não conseguem acompanhar o ritmo de uma universidade pública (que ainda é a única instância pública de ensino que possui qualidade). Reconheço os problemas os afro-descendentes passam no Brasil, sei que ele existe, mas também sei que o problema está na educação de base, lá no ensino fundamental. Vi muitas ações da Marina para o ensino médio e berçário e poucas para o real problema. O ensino fundamental, que é quando a criança aprende a ler/escrever/interagir, desenvolve suas capacidades sociais e intelectuais. Fase do desenvolvimento que tem consequências pelo resto da vida do ser humano. As cotas só tapam o sol com a peneira, não resolve o problema. Só coloca na universidade profissionais frustrados propensos a abandonarem a vaga que poderia ser de um outro aluno. Todos os governantes preferem o povo burro para não saber votar, não saber se defender, não saber exigir seus direitos. Gostaria de saber qual a preocupação e ações da Marina para esse problema, para o ensino fundamental e o que fazer com as cotas a longo prazo. Melhorando o ensino fundamental não há necessidade de cotas. (Mensagem postada no fórum online de Marina Silva, 2010).



Realmente. A longo prazo as cotas não serão necessárias porque haverá avanços tanto no sistema educacional quanto os prejuízos históricos estarão recuperados em diversas áreas. Quanto as propostas para o ensino médio dê uma olhada no item j desta diretriz e nos textos: "O Brasil que temos" e "O Brasil que queremos". Obrigado. Equipe de Conteúdo.

Além do posicionamento favorável às cotas, o item fazia parte das Diretrizes de Governo de Marina Silva: "Políticas de igualdade racial, inclusive a manutenção das cotas para negros, serão reforçadas, como parte de um processo de restauração de equilíbrio aos desequilíbrios históricos contra as minorias".

4.7 Conclusões parciais do capítulo

Fóruns assíncronos de discussão foram utilizados pelas duas principais candidaturas opositoras no pleito brasileiro de 2010 (José Serra e Marina Silva). No intuito de unir os objetivos de explorar as potencialidades

da Web 2.0 e garantir que o modelo de estratégia de campanha permanecesse sendo *top-down* com um controle firme e centralizado, as candidaturas criaram sua própria abordagem no que se refere à utilização do potencial interativo da Internet, um híbrido entre a Web 1.0 e a Web 2.0, o que reflete uma utilização da arquitetura de participação, mas um uso muito mais baixo de sua estrutura democrática (LILLEKER, JACKSON, 2008).

Tais ferramentas de interação não se fizeram presentes no *website* da então candidata Dilma Rousseff, provavelmente por um cálculo estratégico de que em tais espaços poderiam aflorar críticas à sua candidatura e ao governo do qual fez parte.

Os candidatos José Serra e Marina Silva, que disponibilizaram fóruns de discussão, o fizeram, no entanto, buscando controlar ao máximo o processo de comunicação: Marina Silva a partir de um formato pré-moderado e José Serra com um fórum onde os moderadores desempenharam uma vigorosa função de arbitragem baseados em critérios ideológicos, onde se notou uma relativização do código de conduta para um filtro interessado das mensagens; a intenção foi controlar a mensagem com propósitos eleitorais e não democráticos.

A literatura aponta que uma das principais razões que levam os candidatos a evitarem empreendimentos interativos em seus *websites* (WARD, 2008; VACCARI, 2008; DAVIS, 1999; STROMER-GALLEY, 2000) é o receio de que a abertura de suas páginas permita a seus oponentes atacá-los, fazendo-os perder o controle da agenda de campanha. Para investigadores como Richard Davis (1999, p. 96-7), a interação *online* expõe o discurso de campanha a uma forma de escrutínio geralmente indesejado, pode tornar as webs vulneráveis a conteúdos “impróprios” e também demandar dispêndio de muito tempo para responder mensagens. Assim, na imensa maioria das campanhas virtuais realizadas até a entrada do novo milênio a interação direta entre candidato e público foi evitada (STROMER-GALLEY, 2000).

Na mesma direção, Vaccari (2008) afirma que a interação é interpretada por muitos partidos como um risco para o controle estratégico da

campanha mais do que como uma oportunidade para a participação das bases. O debate pode trazer à tona diferenças internas e conflitos que os partidos não estão dispostos a assumir. Assim, quando as campanhas abrem a possibilidade de participação online, estabelecem os termos deste envolvimento (FOOT; SCHNEIDER, 2006).

Considerando que o objetivo dos fóruns propagado pelos candidatos era debater programa de governo, buscou-se investigar se este foi o resultado dos fóruns, se os mesmos foram marcados pelas condições de debate crítico racional, suas potencialidades e limites.

Os dados demonstram ter sido este, de fato, o propósito do fórum de Marina Silva, cuja coordenação de campanha buscou utilizar o potencial colaborativo da Internet para ampliar as diretrizes de governo da candidata. Grande parte das mensagens relacionava-se a debater propostas de governo e, salvo algumas exceções de aclamação à candidata, o espaço foi ocupado prioritariamente por cidadãos que solicitavam posicionamentos em relação a temas, expressavam anseios e demandas. Para os propósitos democráticos, mostrou-se uma ferramenta importante para que os cidadãos pudessem interpelar a equipe da candidata (pois a mesma não participou diretamente dos fóruns) a respeito de posicionamentos dúbios, em especial quanto a temas polêmicos como aborto e união civil entre homossexuais, para um voto mais refletido e informado. Neste quesito, no entanto, as respostas da equipe de conteúdo permaneceram na estratégia de equilibrar a candidatura de Marina Silva entre sua posição religiosa e sua trajetória de militante identificada com as bandeiras das minorias, advogando plebiscitos para discutir temas controversos como subterfúgio para não se indispor com os dois públicos.

Em termos gerais, o fórum de Serra mostrou-se mais como um comitê *online* de campanha eleitoral do que como um espaço que serviu aos propósitos de debater propostas de governo, pois ali os participantes realizaram fundamentalmente sugestões e comentários para a campanha de

José Serra e exploraram o espaço como arena de propaganda negativa³¹, com acusações e campanha difamatória contra os adversários. A estratégia do partido e *staff* da candidatura de Serra na utilização do espaço foi explorar o potencial viral da Internet para disseminar campanha negativa contra a candidata situacionista, visto que o fórum estava ligado às redes sociais, bem como apropriar-se do conceito colaborativo da *Web 2.0* e beneficiar-se da inteligência coletiva como ferramenta de campanha. Por exemplo, verificou-se que neste espaço e a partir da intervenção de uma internauta foi debatida a proposta do salário mínimo em R\$ 600,00.

O fórum *Proposta Serra* foi, tipicamente, um fórum de aclamação, ataque e reforço, "pregando aos já convertidos" (NORRIS, 2003) visto que a imensa maioria das mensagens seguia uma linha opinativa praticamente consensual e as opiniões dissidentes não eram bem aceitas.

Em que pese a importância da heterogeneidade de argumentos para a democracia, a tendência geral de grupos de discussão é exercer um papel de reforço; a própria lógica das comunidades virtuais é reunir pessoas com valores, interesses e preocupações semelhantes (DAVIS, 1999). A nosso ver, este argumento é especialmente válido em relação a fóruns de campanha, aplicando-se muito mais nestes espaços do que em fóruns governamentais deliberativos de políticas públicas (SAMPAIO; MAIA; MARQUES, 2010).

No que se refere à qualidade dos debates *online*, ressaltamos a importância que o processo de moderação tem para assegurar seu bom funcionamento e para que se cumpram seus propósitos democráticos. No que se refere ao registro de ofensas, verificamos que papel preponderante foi exercido pela moderação no sentido de evitar a ocorrência de *flames*. No caso do fórum de Marina Silva, a pré-moderação foi, possivelmente, fator decisivo para a quase inexistência de mensagens rudes e a quantidade nula de incivis que, se existiram, não foram publicadas. Por outro lado, a convivência dos moderadores com os primeiros *flames* direcionados aos adversários nos fóruns

³¹ A cibercampanha de José Serra seguiu uma estratégia fortemente agressiva. Indicativo disto é o fato da empresa detentora dos domínios "amigosdoserra" e "joseserraoficial" ser também proprietária do registro "dilmanao".

de Serra ditou o tom agressivo e hostil no interior dos mesmos, criando um efeito bola de neve, pois é mais fácil ser respeitoso em um ambiente harmonioso do que em um tumultuado (*flamewars*).

No que tange à efetividade, com base nos dados apresentados, dois fóruns dos candidatos não foram considerados no processo de elaboração dos programas de governo. No caso dos dois fóruns efetivos quanto à incorporação de propostas, Educação (Marina Silva) e Reforma Agrária (José Serra), o percentual de correspondência foi baixo (menos de 40% em ambos os casos), cabendo destacar que, em vários casos, faltaram justificativas e posicionamentos políticos claros por parte das candidaturas. Este mesmo padrão é encontrado por Aggio (2011) na análise dos fóruns de Agricultura e Igualdade Racial da Proposta Serra.

VII - CONCLUSÃO

A partir desta investigação foi possível constatar que, gradativamente, partidos políticos e candidatos estão inserindo ferramentas interativas em suas campanhas online. Tal ação faz parte de uma estratégia de adaptação ao ambiente e às novas circunstâncias que as mudanças midiáticas e de comportamento social impõem e, ao mesmo tempo, um senso de oportunidade frente às novas possibilidades de relacionamento com os eleitores.

Considerando o crescimento exponencial do acesso à Internet e o aumento da importância das novas mídias em diversas esferas da vida, os candidatos começam a se dar conta de que a nova arquitetura de participação da Web 2.0 é conveniente aos propósitos eleitorais e se vêm compelidos a desenvolver novas estratégias de comunicação política.

A recente incorporação de ferramentas interativas em campanhas eleitorais tem provocado muita especulação a respeito de suas implicações políticas. O uso do potencial interativo da Internet para construção de programas políticos, nosso objeto de investigação, suscita especial interesse de pesquisa devido às diversas hipóteses que cercam seus potenciais benefícios democráticos. O interesse em relação à interatividade em campanhas eleitorais guarda relação com algumas pautas caras à Ciência Política contemporânea, como a qualidade da representação, a questão da agregação das preferências, a formação da opinião, o aprimoramento do vínculo eleitoral e a participação política.

No que tange à formação da opinião, os eleitores necessitam ser informados sobre os programas e as alternativas políticas apresentadas pelos candidatos. De acordo com Miguel (2004) um aspecto importante para o

aprimoramento do vínculo eleitoral é o fluxo de informações. Para que o eleitor seja capaz de fazer uma opção consciente, ele precisa estar provido de informações adequadas sobre quem são os candidatos, quem os apoia, quais são as suas trajetórias e as suas propostas, os desafios a serem enfrentados e as alternativas possíveis.

Por outro lado, os representantes políticos precisam ter conhecimento sobre os desejos e demandas daqueles aos quais irão representar, para uma adequada mediação de interesses (GIBSON, RÖMMELE, 2007).

Do ponto de vista normativo, a abertura de novos canais de interação entre eleitores e candidatos com finalidade programática, como as plataformas online para debate de programa de governo investigadas nesta tese, pode contribuir com o aperfeiçoamento de funções que legitimam partidos e representantes enquanto mediadores políticos: a agregação das preferências e a representatividade política.

Para um adequado exercício da representação, é desejável que as coligações eleitorais e seus candidatos sejam capazes de articular interesses ao redor de programas com eixos bem definidos, que orientem a ação do governo e da oposição e a partir dos quais se possam exigir futuras responsabilidades políticas, prestação de contas e responsividade em relação à cidadania (COSTAFREDA, 2004). Pleitos eleitorais onde candidatos, partidos e coligações se apresentem com contornos programáticos definidos, alicerçados em clivagens sociais ou políticas, proporcionam aos eleitores opções mais estruturadas e diferenciadas, além de maior inteligibilidade da disputa eleitoral (KINZO, 2004).

A interatividade possibilitada pelas NTIC's assume importância também pela forma como recoloca o tema da participação democrática. De acordo com Lijphart (1997) a participação desigual é interpretada como um persistente dilema democrático não resolvido. As reivindicações dos grupos com mais condições de impor suas agendas e de fazer chegar suas preferências ao sistema político tendem a ser mais acolhidas pelos mecanismos que processam esses *inputs*. Por outro lado, aqueles que não têm acesso privilegiado ao poder político, aos meios de comunicação de massa,

que não são detentores privilegiados de outras modalidades de poder, em especial do poder econômico, dispõem de menores possibilidades de fazer emplacar suas agendas (SCHLEGEL, 2009).

É neste sentido que o debate de propostas políticas entre eleitores e candidatos por meio da Internet durante as campanhas eleitorais, momento em que os agentes políticos são mais permeáveis e atentos às demandas cidadãos, pode ser uma maneira importante de agregação das preferências por parte dos candidatos e de manifestação das demandas por parte dos cidadãos.

Novos ambientes de comunicação política, como fóruns online, foram saudados com entusiasmo também devido a seu potencial deliberativo. Para Stromer-Galley (2001), a interação humana via *websites* de campanha é a base para a deliberação pública, na medida em que pode servir aos propósitos de identificar demandas, elaborar propostas políticas e determinar como implementar soluções.

Sem a intenção de descartar tais perspectivas normativas, as investigações empíricas realizadas nesta tese, tendo em conta a forma de utilização de ferramentas interativas em contextos político-eleitorais específicos, convidam a uma salutar adequação das expectativas.

Neste estudo desenvolvemos uma análise visando compreender os alcances e limitações das novas potenciais formas de interação entre eleitores e candidatos em campanhas eleitorais. Entendemos que uma adequada avaliação das implicações políticas da Internet requer uma abordagem não essencialista, que não se limite a constatar suas características inovadoras, como a interatividade, e daí inferir, quase automaticamente, maior democratização. Um problema das abordagens deterministas tecnológicas é a tendência à apreensão estática da Internet, tomando-a como um objeto com características intrínsecas (positivas ou negativas).

É neste sentido que buscamos nesta tese escapar de enfoques antinômicos e desenvolver uma análise para além da dicotomia estabelecida entre cibercéticos e ciberotimistas. Por isso buscamos uma perspectiva de análise empírica, visando compreender a utilização da Internet por agentes políticos e sua apropriação por cidadãos em determinados momentos e contextos, em suas especificidades e complexidades. Como afirma Chadwick

(2006, p. 21): “The internet is an inherently political set of technologies, but its politics are subject to decisions made in supremely political contexts” .

Analizamos nesta tese a utilização do potencial interativo da Internet pelos candidatos e coligações nas recentes campanhas presidenciais na Argentina, no Chile e no Brasil (em 2007, 2009 e 2010, respectivamente). Considerando o perfil das candidaturas que fizeram uso de plataformas interativas para construção colaborativa de programas de governo, constatamos que as mesmas tiveram em comum o fato de se posicionarem no campo opositor. Este dado sugere que a posição do candidato no mercado eleitoral no espectro oposição-situação influencia na estratégia de comunicação online adotada. Os candidatos e suas coligações estão sujeitos a diferentes incentivos em função de sua posição no mercado eleitoral e, dependendo destes incentivos, fazem um uso diferente das novas tecnologias (PADRÓ-SOLANET; CARDENAL, 2008).

Nosso estudo confirma a tendência apontada pela literatura (PADRÓ-SOLANET; CARDENAL, 2008; STROMER-GALLEY, 2000) de que é típico que os partidos governamentais estejam interessados prioritariamente na provisão de informação e na realização de campanha com ênfase nas realizações da administração em curso, na publicização das ações positivas do governo e na associação do candidato a elas; ou seja, demonstram maior predisposição às estratégias que seguem uma lógica de comunicação *top-down* (de cima para baixo) e são menos interessados na utilização da Internet com finalidade mais participativa. Os partidos de oposição, por sua vez, estão especialmente interessados na mobilização de apoio eleitoral para vencer o pleito, assim são mais propensos a instalar mecanismos de participação e interação em seus *websites* e em investir em redes sociais pela Internet.

Enquanto é menos provável o interesse de mandatários na disponibilização de ferramentas interativas para evitar que aflorem críticas às suas ações governamentais, à oposição é altamente conveniente abrir espaços de discussão que possam trazer à tona problemas de gestão, apontamentos quanto ao que deixou de ser feito e apelo dos cidadãos à mudança. À oposição mostra-se estratégica a utilização de espaços interativos para debater propostas políticas, pois além de não possuir ações governamentais passíveis

de crítica, pode utilizar tais ferramentas como forma de criar programas que inspirem mais confiança. Por não disporem de um “efeito demonstração”, os candidatos de oposição têm mais necessidade de apresentar programas e propostas que suscitem maior credibilidade perante a cidadania e que permitam aos eleitores fazerem previsões razoáveis a respeito de suas ações caso assumam o governo (DOWNS, 1999).

A adoção de ferramentas interativas para construção colaborativa de programas de governo no contexto do Cone Sul fez parte, naturalmente, de estratégias muito mais movidas por pragmatismo visando auferir lucros eleitorais do que por altruísmo em prol do fortalecimento da democracia. Cabe a ressalva de que ambas as lógicas não são incompatíveis. O caráter participativo do processo de elaboração dos programas políticos pode conferir uma aura de legitimidade das candidaturas perante o eleitorado, especialmente em países com passado político autoritário, saídos de ditaduras e com histórico de recente redemocratização.

Do ponto de vista prático, percebe-se que foi altamente conveniente para as candidaturas analisadas utilizarem-se do discurso de terem optado pela democratização da elaboração do programa de governo, uma vez que não dispunham de programas elaborados quando se apresentaram aos pleitos. O candidato argentino Rodríguez Saá não contava com uma plataforma programática; o chileno Enríquez Ominami dispunha apenas de um Decálogo; o presidenciável brasileiro José Serra havia apresentado apenas dois discursos com as principais linhas de ação pretendidas caso eleito e, por sua vez, a candidata brasileira Marina Silva contava apenas com Diretrizes e não um programa de governo. Portanto, foi estratégico desviar o foco da ausência de plataformas políticas mediante ao discurso de uma opção de construí-las coletivamente.

Do ponto de vista logístico, a elaboração de programas de governo qualificados e que contemplem aspectos de exequibilidade e viabilidade é um empreendimento cada vez mais complexo, principalmente considerando o cenário de ampla fragmentação *issue-oriented*, que exige que os candidatos recorram cada vez mais a especialistas externos para preencherem suas plataformas com propostas de políticas públicas específicas aos diversos

segmentos eleitorais (PANEBIANCO, 1995 apud RIBEIRO, 2008). Frente a esta demanda onerosa e dispendiosa, é estratégico às campanhas envolver os cidadãos no diagnóstico de problemas e na formulação de propostas setoriais e temáticas.

Com exceção do fórum do candidato argentino Alberto Rodríguez Saá (o único que não foi organizado em torno de eixos temáticos ou setoriais), as plataformas interativas permitiram às candidaturas atrair e conhecer as necessidades e opiniões de públicos segmentados. Considerando a pulverização da sociedade, a ampla fragmentação de interesses e um eleitorado mais desalinhado e volátil, na atual fase das campanhas políticas é cada vez mais importante identificar necessidades e preferências de nichos do eleitorado. Deste modo, as campanhas puderam desenvolver técnicas de *narrowcasting* e segmentação dos mercados eleitorais, visando chegar suas mensagens aos indivíduos e nichos determinados de destinatários e não apenas às massas (como fez a campanha de Serra em relação aos cristãos).

Contrastando as evidências empíricas dos três casos nacionais, com base nos parâmetros metodológicos DQI (*Discourse Quality Index*), com as perguntas de pesquisa e hipóteses iniciais, o que se pode concluir?

A primeira hipótese apontava que o interesse político dos candidatos em empreender diálogo com a esfera civil influenciaria nos resultados da participação nos fóruns, impondo limites e constrangimentos ou proporcionando incentivos à participação. Foi possível verificar que no interior do fórum do candidato argentino Rodríguez Saá não houve qualquer tipo de *feedback* por parte da coordenação de campanha, nem sinais de que os aportes dos cidadãos estavam sendo lidos ou considerados, o que gerou um grande efeito *one-timer*. Já a participação, mesmo ocasional, do presidencialista chileno Enríquez Ominami em sua rede interativa, bem como a postagem de respostas aos internautas pelo *staff* de sua campanha transpareceram comprometimento dos agentes políticos com as discussões. O fórum da candidata Marina Silva nas eleições brasileiras contou com um relevante papel dos moderadores como gestores e mediadores, os quais atuaram no sentido de organizar o fórum e responder de forma individualizada cada mensagem que exigisse um posicionamento. Na rede social Proposta

Serra, no fórum onde houve a participação do coordenador da iniciativa o debate de propostas de governo foi mais profícuo. Com base em tais evidências, é possível aceitar o corolário de que a forma como as interfaces são disponibilizadas e conduzidas é significativa na estruturação da ação online (ou ausência dela) no interior de fóruns de discussão; a participação política dos cidadãos no interior destes ambientes virtuais pode ser potencializada ou coibida a partir da maneira como ocorre a mediação e a moderação dos debates.

Confirmamos também a hipótese de que as campanhas buscam tirar proveito do potencial colaborativo das ferramentas 2.0 e se beneficiar da inteligência coletiva. Neste sentido, os fóruns online foram utilizados, especialmente pelos candidatos José Serra e Enríquez Ominami, como termômetros da opinião pública. A lógica Wiki da Internet foi utilizada para coletar ideias, relatos e dados dos cidadãos acerca de questões variadas oriundas de realidades geográficas e sociais diversas e serviu ao propósito de adequar e ajustar as táticas de campanha, como ilustra a proposta de salário mínimo realizada por uma cidadã no fórum de José Serra.

O uso de ferramentas interativas para medir o estado da opinião pública parece acrescentar mais um item no repertório do marketing político para potencializar as sondagens de opinião, mas com custos infinitamente menores em comparação às pesquisas estatísticas e qualitativas (como grupos focais) e propiciar a avaliação do nível de aceitação e interesse que determinados assuntos suscitam no eleitorado de forma quase instantânea. Ainda que não represente todo o eleitorado, as regressões logísticas demonstram significância destas sondagens de opinião online, pois não há diferenças consistentes de opinião política dos usuários de Internet nos três países analisados em comparação à população off-line (LATINOBARÓMETRO, 2007; SCHLEGEL, 2009).

O princípio-chave da Web 2.0 de tratar os usuários como co-desenvolvedores (O'REILLY; BATTELLE, 2009), passa a ser incorporado à política, a partir de uma abordagem, típica da terceira fase das campanhas eleitorais, de colocar o "consumidor em primeiro lugar" (NORRIS, 2000), pesquisando suas opiniões e preferências.

Também encontramos respaldo para o corolário de que as coordenações procurariam controlar firmemente os fóruns de discussão por meio de moderação, de modo a evitar a perda de controle sobre as mensagens. Tal hipótese é especialmente válida em relação à plataforma interativa do candidato José Serra, onde os moderadores desempenharam uma vigorosa função de arbitragem baseados em critérios ideológicos, notando-se uma forte relativização do código de conduta para um filtro interessado das mensagens; a intenção foi controlar a participação dos internautas com propósitos eleitorais e não democráticos. Como afirmam Foot e Schneider (2006), as cibercampanhas buscam envolver um grande número de apoiadores, mas também procuram estabelecer os termos deste envolvimento. Portanto, a discussão a respeito da horizontalidade da comunicação e simetrias de poder entre candidatos e eleitores no interior desses fóruns necessita ser ponderada.

Não obstante, a confirmação desta hipótese deve ser relativizada levando-se em consideração principalmente o fórum de discussão do presidenciável chileno Enríquez Ominami (onde se constatou maior complacência a mensagens críticas a algumas ações e propostas do candidato) e o fórum de Marina Silva, cujos moderadores permitiram que críticas fossem publicadas de modo a serem individualmente respondidas. Esta foi uma tática de utilização dos fóruns como instrumentos de disseminação de vacinas e contra-informação, para combater as intrigas rapidamente e evitar que as mesmas se propagassem na rede, pois impactam o eleitorado e a mídia. Um dos objetivos era subsidiar as respostas e argumentos dos militantes, caso se deparassem com a mesma polêmica, e fazer com que os destinatários das respostas pudessem se tornar propagadores e esclarecedores da questão junto à sua comunidade online ou física.

Verificamos, portanto, um achado empírico de abertura dos fóruns de Enríquez Omiani e Marina Silva ao que o cidadão tinha a dizer e, caso fosse algo negativo, a opção era publicar o *post* e rebater a crítica de maneira respeitosa, ampliando a legitimidade das candidaturas e buscando debelar as polêmicas. As campanhas começaram a perceber que o potencial viral da Internet propaga com rapidez boatos e posições questionáveis dos candidatos

e que, portanto, ignorá-los não é a saída. Para prevenir danos à candidatura é mais estratégico cuidar da reputação online dos candidatos combatendo as críticas e respondendo as acusações, além de investir em estratégias de SEO (*Search Engine Optimization*) para que as respostas oficiais dirimindo as polêmicas fiquem melhor posicionadas nos motores de busca do que os conteúdos negativos.

Foi possível coletar evidências que ratificam também a suposição de que os internautas viriam a compelir os candidatos para que tivessem maior clareza quanto às suas posições políticas, em especial a respeito de assuntos polêmicos, mas os presidenciáveis procurariam manter o benefício da ambiguidade, visando aumentar o número de eleitores a quem pudessem agradar. Nossa investigação empírica demonstrou que os fóruns de debate no interior de *websites* eleitorais ampliaram a capacidade de interpelação dos candidatos por parte dos cidadãos. Aliás, boa parte das mensagens categorizadas no quesito “programa de governo” estavam associadas mais à pesquisa e consulta por informações a respeito de posições e opiniões dos candidatos sobre determinados temas políticos do que propriamente à apresentação de propostas para fomentar um programa de governo.

Stromer-Galley (2000), a partir de entrevistas realizadas com membros de equipes de campanhas web nos Estados Unidos, aponta que um dos receios dos candidatos quanto à utilização de empreendimentos participativos refere-se ao fato de que suas propostas e posições políticas podem sofrer muitos questionamentos por parte dos cidadãos e obrigá-los a esclarecer posições de forma pormenorizada desagradando, desta forma, determinados segmentos do eleitorado. No entanto, a partir da análise dos fóruns das campanhas no Cone Sul, verificou-se que, ainda que os candidatos tenham sido questionados sobre assuntos polêmicos, os mesmos mantiveram posições ambíguas.

A candidatura que mais lançou mão do benefício da ambiguidade foi a de Marina Silva. Como vimos, para aqueles que questionavam o matrimônio homossexual, a resposta foi de que Marina considerava o casamento um sacramento religioso. Quando passou a ser questionada pelo público GLBTS adotou a postura de que era contra o casamento como um ato

religioso, mas a favor da união civil. Cabe a ressalva de que o fórum de Marina Silva foi aquele em que mais se verificou posições ambíguas devido ao fato de sua equipe de conteúdo ter respondido todas as mensagens que exigiam um posicionamento, mesmo as mais polêmicas, ao contrário das demais candidaturas, que ignoravam praticamente todos os questionamentos.

Para ampliar o potencial de voto com diversos segmentos, em especial frente a questões polêmicas, é altamente conveniente aos candidatos um tratamento impreciso ou generalizante, para que os eleitores o interprete adequando-o às suas próprias posições. Considerando que "a ambiguidade aumenta o número de eleitores a quem um partido possa agradar, esse fato encoraja os partidos a serem tão ambíguos quanto possível em relação a suas posições sobre cada questão controversa" (DOWNS, 1999, p. 157).

Não obstante, quando a posição ambígua não se trata de incoerência e oportunismo, concordamos com Aggio (2011) no sentido de que o fato de candidatos se concederem o benefício da ambiguidade, ao invés de tomarem posições categóricas, ao tratarem de questões que envolvam circunstâncias morais delicadas que dividem opiniões na esfera civil, não deve ser necessariamente compreendido como menor moralmente ou um recurso estratégico de campanhas sem virtude. Para uma melhor ponderação, por vezes é mais consequente que candidatos majoritários não assumam posições e compromissos a respeito de questões controversas no calor da emoção do processo eleitoral.

Considerando que a característica definidora da interação é o *feedback* (STROMER-GALLEY, 2000), pode-se dizer que não ocorreu um genuíno debate e uma autêntica interação entre cidadãos e candidatos ou *staff* de suas candidaturas, mas simplesmente a interatividade formal. Isto demonstra que a presença de ferramentas interativas em *websites* eleitorais não garante a existência de efetiva interação entre eleitores e candidatos ou de eleitores entre si. Conforme assinala Frau-Meigs (2001 apud DADER et al., 2011), convém não confundir interatividade com interação, já que uma coisa é o fato de os cidadãos permutarem recursos com uma equipe impessoal por meio de ferramentas informáticas, e outra muito distinta é que se gere um

verdadeiro intercâmbio de opiniões entre pessoas que deliberam sequencialmente por intermédio de aplicativos cibernéticos.

Mesmo no fórum do candidato chileno, onde houve participações esporádicas do presidenciável, não ocorreu debate entre ele e os eleitores. O candidato apenas postou algumas mensagens para depois se ausentar. Como afirma Noriega (apud DADER, 2011), “Internet no es tan interesante para escuchar a los políticos como todo lo que supone para que los políticos escuchen a quienes antes no tenían voz. Ahí se rompe el paradigma tradicional de la política. Ahí es donde los políticos se pierden en la Red: se asoman pero no ven, saludan pero no escuchan”.

Nossa análise empírica evidenciou, ainda, que os fóruns das candidaturas não foram ambientes propícios à diversidade de opiniões, tampouco à reciprocidade, pois o grau de heterogeneidade foi baixo em todos os fóruns analisados. Corroboramos, neste sentido, com a perspectiva de diversos pesquisadores (DAVIS, 1999; HUCKFELDT; SPRAGUE, 1995 apud FERREIRA, 2010) de que a homogeneidade de opinião política nos fóruns deve-se à própria lógica das comunidades virtuais, de reunir pessoas com valores, interesses e preocupações semelhantes. Huckfeldt e Sprague (1995 apud FERREIRA, 2010) ao analisar os newsgroups UseNet, observaram que as pessoas preferem formar grupos com aqueles com quem concordam, fenômeno que designam de *homofilia dos grupos primários*, que caracteriza o fato dos indivíduos interagirem preferencialmente com outros que lhes são ideologicamente próximos e com os quais compartilham sentimentos e afinidades políticas (*like-minded*).

Assim, ao invés de se exporem às informações alternativas, os internautas são mais propícios às interações que reforcem suas visões de mundo ou que não impliquem em mudanças ou ajustamentos substanciais. Os fóruns online são definidos em termos de comunidades de interesses e aqueles circunscritos nos *websites* partidários e eleitorais são a ilustração mais acabada disto. Por tal motivo, grande parte das discussões online termina confirmando uma visão laudatória do próprio grupo, o que Norris (2003) denomina de pregação aos convertidos.

Cabe a ressalva, no entanto, de que se verificou nas quatro plataformas interativas uma pequena parcela de propostas não consensuais e algumas manifestações de trocas públicas de argumentos, especialmente sobre temas polêmicos, como a legislação sobre aborto, a união civil entre homossexuais, a adoção homoparental e a liberação da maconha. Como vimos, em alguns casos a discussão foi respeitosa (como na questão do aborto no fórum do candidato chileno Ominami) e em outros as opiniões divergentes não foram bem acolhidas e sim tratadas como anômalas, a partir da invocação de argumentos religiosos (como na discussão também sobre aborto em um dos fóruns de Serra). Em outros casos, os dissidentes foram ignorados e acabaram por abandonar o grupo de discussão (como no fórum do candidato argentino Saá).

Avaliamos os fóruns analisados mais como espaços para expressão de opiniões, postagem de comentários e recolha de informação do que como mecanismos de debate e deliberação sobre propostas políticas. Para Cardenal e Batlle (2006), a comunicação binária instantânea não fomenta a deliberação nem a busca de consenso, mas se traduz em um mecanismo de agregação de preferências individuais, pois evita o debate político que ocorre, por exemplo, nas instituições representativas. Os autores acionam Sunstein (2003) para afirmar que “el efecto polarizador de unas TIC que «protegen» a los individuos de los argumentos contrarios a sus posiciones iniciales”.

Corroboramos, a partir de nossa investigação empírica, a visão de Wilhelm (1999) e Hill e Hughes (1998), para quem a participação em fóruns serve, sobretudo, para amplificar pontos de vistas próprios e raramente para refletir a partir do confronto com argumentos diversos. Evidências empíricas relatadas por Maia (2002, p. 56) dão conta de que “a grande maioria dos participantes em fóruns e chats expressa a própria opinião sem que se vinculem a um debate propriamente dito”.

Ao analisar como os cidadãos se apropriaram de tais ferramentas e o perfil das trocas discursivas realizadas nos fóruns de discussão na dimensão de civilidade e respeito mútuo, constatamos nesses espaços o mesmo padrão qualitativo da rede, onde nem toda discussão política segue os princípios democráticos. Um dos requisitos para um “*Ideal Role Taking*” é o respeito

mútuo (DAHLBERG, 2002). Contudo, identificamos no interior dos fóruns mensagens incivis postadas por participantes, episódios de racismo e preconceito étnico (“matar os negros bolita”, no fórum de Saá), discursos de preconceito em relação a homossexuais (“homosexualidad es una aberración”, no fórum de Ominami), estereótipos e descrições ofensivas em relação a grupos e movimentos sociais (“paredão de fuzilamento para os membros do MST, a família teria que pagar até a bala”, no fórum de Serra), e uma infinidade de *posts* resvalando ódio aos adversários e ataques contra princípios democráticos.

A existência de *flames* e mensagens incivis nos fóruns analisados desautoriza as visões idílicas de que participação online é sinônimo de democratização e as abordagens que associam deterministicamente o potencial interativo da Internet com a revitalização das práticas políticas. A tecnologia pode servir tanto para a democracia quanto a seu contrário. Como afirma Maia (2006, p. 33), “as novas tecnologias, na direção antidemocrática, contribuem para coordenar ações de grupos de orientação xenófoba ou anti-sociais que se encontravam dispersos”.

Nas análises a respeito das interações dialógicas online é altamente salutar evitar o ciberotimismo ingênuo, típico da primeira onda de estudos, e descartar concepções holísticas e essencializadas, que coloquem a sociedade civil como o reino da moral e a concebam sob “tamanha estilização conceitual normativamente reforçada” (LAVALLE, 2003, p.108), que findem por produzir generalizações de caráter normativo que não se coadunem com a realidade.

O aplauso ingênuo das características democráticas da Internet, somado às concepções que essencializam a sociedade civil em um marco necessariamente positivo, que atribuem a ela um “caráter democrático inato” (LAHUERTA, 2001) e como o terreno do bom e do esclarecido, impedem uma análise mais atenta dos limites e possibilidades da participação online.

Como enfatiza Dagnino (2002), é equivocada a dicotomia maniqueísta e radical que toma a sociedade como o polo da virtude cívica e o demiurgo do aprofundamento democrático, contraposta ao Estado e à classe política, vistos como os portadores de todos os defeitos, a “encarnação do mal”. A sociedade civil não é uma família ou uma “aldeia global” homogênea

e feliz, e sim extremamente complexa, contraditória e atravessada por ambivalências de todos os tipos, um terreno de luta, minado às vezes por relações de poder não-democráticas, pelos problemas de racismo, sexismo, destruição ambiental e outras formas de exclusão (ALVAREZ; DAGNINO; ESCOBAR, 2000, p. 39).

E justamente por tais características membros da sociedade civil podem se apropriar (e se apropriaram) dos espaços digitais tanto para um debate profícuo de propostas políticas quanto para disseminação de *flames*. Portanto, corroboramos a visão de Rosanvallon (2008), que afirma que a Internet é um meio que possibilita a ampliação da participação, mas pode expandir também as patologias associadas à opinião pública.

No que se refere à qualidade dos debates *online*, destacamos a importância que o processo de moderação tem para assegurar seu bom funcionamento e para que se cumpram seus propósitos democráticos. Em relação ao registro de ofensas, verificamos que papel preponderante foi exercido pelos moderadores no sentido de evitar ou incentivar a ocorrência de *flames*. No caso do fórum de Marina Silva, a pré-moderação foi fator decisivo para a quase inexistência de mensagens rudes e a quantidade nula de incivis que, se existiram, não chegaram ao fórum público. Por outro lado, verificamos que no fórum de José Serra a primeira publicação de mensagem rude em relação ao MST (advogando CPI e cadeia) foi realizada pelo próprio interlocutor da coligação. A convivência dos moderadores com as primeiras mensagens incivis direcionadas aos adversários nos fóruns de Serra ditou o tom agressivo e hostil no interior dos mesmos, criando um efeito bola de neve, pois é mais fácil ser respeitoso em um ambiente harmonioso do que em um tumultuado (*flamewars*). Em relação aos outros dois candidatos (Rodríguez Saá e Ominami), não se verificaram incentivos de *flames* por parte da campanha, mas também não se inibiu tal comportamento.

As campanhas criaram suas plataformas digitais anunciando a finalidade de debater propostas e realizar aportes ao programa de governo dos candidatos. Buscando verificar se tais espaços efetivamente cumpriram os propósitos anunciados, constatamos que o fórum do candidato argentino Alberto Rodríguez Saá foi apropriado especialmente por partidários peronistas

e utilizado prioritariamente para discutir a campanha política, em especial a vida partidária, e fustigar a candidata Cristina Kirchner; 38,46% das mensagens relacionaram-se à discussão de propostas de governo. Do mesmo modo, a plataforma online de José Serra foi utilizada principalmente por segmentos de eleitores orgânicos à sua candidatura para discutir os rumos da campanha eleitoral e atacar aos adversários; o último objetivo dos participantes dos fóruns de Serra foi debater programa de governo (13% do total dos *posts*).

Melhor posicionados no que tange à discussão de propostas e demandas sociais ficaram os fóruns de Marina Silva e Enríquez Ominami. Pouco mais da metade (50,85%) das mensagens postadas no fórum de Ominami teve o propósito de apresentar propostas, comentar as sugestões de outros participantes ou discutir demandas e anseios cidadãos. Desviando-se do propósito de debater programa de governo, a campanha de Marco Enríquez Ominami buscou também utilizar o fórum como um termômetro da opinião pública, promovendo consultas sobre os rumos da campanha, investigando motivos de rejeição aos demais candidatos e divulgando eventos. O fórum onde mais se verificou mensagens relacionadas a questões programáticas foi o de Marina Silva (82%), embora tenha servido mais à finalidade de justificação pública de posições políticas da candidata por conta do grande volume de solicitações de esclarecimentos.

No que tange à eficácia das plataformas colaborativas em termos de construção de programas de governo, o fórum de Rodríguez Saá não gerou resultados efetivos, pois não foi elaborado qualquer documento formal com propostas políticas e tampouco qualquer tipo de posicionamento de sua candidatura em relação aos questionamentos levantados pelos participantes do fórum. A candidatura do chileno Enríquez Ominami também não apresentou um programa de governo, apenas foi divulgada uma compilação das mensagens postadas pelos internautas, sem qualquer tomada de posição quanto às propostas apresentadas e quais poderiam ser incorporadas por contemplarem o teor programático da candidatura. Portanto, ambos os fóruns configuraram-se como repositórios de sugestões, reflexões e mesmo desabafo cidadãos, que não geraram um programa de governo como um produto final

de um processo argumentativo, o que sugere que as plataformas interativas foram disponibilizadas com outras finalidades (enfoque publicitário, mobilização, aclamação dos candidatos e ataques aos adversários).

As iniciativas dos candidatos José Serra e Marina Silva, por sua vez, renderam resultados programáticos: Serra apresentou um programa de governo e Marina Silva uma segunda versão ampliada de suas Diretrizes. Em relação à efetividade dos fóruns para fins de discussão que implicasse em incorporação das propostas ou em esclarecimentos, o fórum mais participativo de Serra não cumpriu aos propósitos anunciados, pois foi explorado fundamentalmente como arena de campanha negativa, com acusações e campanha difamatória contra os adversários. Em termos gerais, o fórum temático Social Democracia mostrou-se mais como um comitê *online* de campanha eleitoral do que como um espaço que serviu aos propósitos de debater propostas de governo. Neste fórum se explorou o potencial viral da Internet para disseminação de campanha negativa contra a candidata situacionista, visto que o mesmo era ligado às redes sociais.

Já o fórum da temática Reforma Agrária, embora parte significativa dos participantes tenha centrado a discussão em questionar a legitimidade do MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra, o que empobreceu bastante o debate sobre o tema, a análise aprofundada das discussões travadas no fórum possibilita apontar que ali foi levantado um conjunto de propostas substantivas para a questão agrária no Brasil. Para analisar a efetividade do fórum no que tange à incorporação das propostas, contrastamos as sugestões realizadas na Proposta Serra com o documento programático final da candidatura e constatamos que parte das propostas apresentadas que contemplava o perfil ideológico da candidatura foi incorporada ao programa de governo (31,17%).

Em relação à efetividade dos fóruns de discussão de Marina Silva, avaliamos que o fórum "Cultura e Fortalecimento da Diversidade" praticamente não foi efetivo, pois a segunda versão das Diretrizes de Governo de Marina Silva considerou de forma residual as sugestões dos participantes, incorporando-as apenas na forma de pautas genéricas. Este fórum foi um

espaço utilizado eminentemente para dirimir polêmicas em relação à candidata, por meio da resposta individualizada a cada questionamento. Quanto ao fórum temático de Educação, foi possível constatar que houve naquele espaço um debate profícuo de propostas, embora tenha sido utilizado também como espaço de aclamação à candidata. Observa-se que a equipe de conteúdo inseriu 35,23% das propostas sugeridas pelos internautas à segunda versão das Diretrizes. Com base nos dados apresentados, dois fóruns dos candidatos brasileiros não foram considerados no processo de elaboração dos programas de governo e quanto àqueles que foram efetivos quanto à incorporação de propostas, o percentual de correspondência foi baixo (não ultrapassando os 35% em ambos os casos), mas não desprezível.

Analisando as iniciativas no que tange às oportunidades para fortalecimento democrático, os aspectos positivos estiveram na dimensão informativa para que os cidadãos pudessem conhecer melhor os posicionamentos dos candidatos (especialmente de Marina Silva e, em menor medida, de Enríquez Ominami), e na dimensão comunicacional, configurando-se como novos canais de conversação civil e para recolha de preferências e demandas da cidadania.

A análise qualitativa do perfil das mensagens nos conduz a inferir que os fóruns representaram algum diferencial no que tange ao enfrentamento das assimetrias de poder para expressão de demandas e *inputs* por grupos minoritários. Foi considerável a participação de internautas com temas ligados às minorias, que Fraser (1992) denomina de “contra-públicos subalternos”, os quais se deparam, no cotidiano, com sérios obstáculos para comunicar seus interesses. Também foi possível notar que os fóruns atraíram uma parcela significativa de jovens descontentes com a política tradicional (especialmente os fóruns de Ominami e Marina Silva), que reivindicavam formas de revolucionar a política. A iniciativa, portanto, serviu como espaço para aproximar do sistema político grupos que não dispõem de canais privilegiados para expressão de suas preferências.

Este é um aspecto a enfatizar, pois, ao passo que as análises regressionais com os dados do Latinobarómetro (2007) indicaram que nos três países analisados (Brasil, Chile e Argentina) são aqueles que já têm um perfil

mais atuante na política que têm espaço no mundo virtual (SCHLEGEL, 2009), há sinais de redução dos custos de participação de segmentos cujo déficit de poder na realidade off-line não se traduz em dificuldade de acesso à Internet (como os jovens e o público GLBTS, por exemplo).

Para além dos aspectos democratizantes explicitados, o grande diferencial das iniciativas, no entanto, residiu mais na dimensão de organização e mobilização das campanhas no sentido de abordar simpatizantes e militantes, do que na dimensão comunicativa e informativa dirigida a eleitores indecisos (VACCARI, 2008).

Os fóruns, além de amarrar o apoio de especialistas e militantes temáticos e setoriais, criaram movimentos orgânicos, agregando apoiadores e possibilitando a reunião de pessoas dispersas fisicamente, que de outro modo não se encontrariam. Os fóruns funcionaram como comitês eleitorais online, pois, ao agregar um grande número de eleitores e apoiadores num espaço comum que permitia a partilha de conteúdos, as campanhas procuraram influenciar o tipo de mensagem a respeito dos candidatos que circularia na rede (especialmente a de Marina Silva). As campanhas de Serra, Saá e Ominami garantiram também que o conteúdo anti-Dilma, anti-Kirchner e anti-Frei e Piñera, respectivamente, se espalhasse na rede. Neste sentido, as plataformas interativas, principalmente a Proposta Serra, serviram como pontos de encontro para alinhar retalhos de informações, concentrar boatos em relação aos adversários e unir eleitores que se encontravam dispersos. Pode-se dizer que as plataformas foram mais utilizadas para a criação ou replicação coletiva de argumentos pró às candidaturas em questão e contra os adversários do que para elaboração de propostas de governo.

Tornou-se evidente que a grande maioria dos participantes destes fóruns tratava-se de eleitores ativistas e engajados com as candidaturas, dado que caminha na direção de confirmar a hipótese de reforço (BIMBER, 2001; NORRIS, 2003; DAVIS, 1999; MARGOLIS; RESNICK, 2000). Como vimos, a perspectiva de reforço argumenta que a Internet geralmente funciona para ativar o apoio e informar cidadãos já engajados na política, principalmente “pregando aos já convertidos”. De acordo com esta hipótese são as pessoas habitualmente implicadas na política que utilizam *websites* para se informar,

mobilizar ou participar. Isto porque, ao contrário das mídias tradicionais, a web exige um maior grau de iniciativa do usuário; os eleitores precisam estar conscientes da importância e ter uma motivação para visitar o *website* de um candidato. Contudo, convém ressaltar que esses empreendimentos interativos possibilitam ativar seletivamente àqueles que, por sua vez, podem mobilizar outros eleitores (CHADWICK, 2008; ANDUIZA, 2009).

Os espaços interativos, além de estimularem sentimentos de comunidade entre os participantes, tinham poder de contágio e extrapolavam os limites dos fóruns, pois os mesmos estavam ligados às redes sociais. Observou-se, neste sentido, a preocupação das candidaturas na facilitação da replicação de informações em redes sociais (Facebook, Orkut, Twitter, YouTube). Como vimos, acima de cada post havia links que possibilitavam seu compartilhamento imediato, o que possibilitou a construção do que Mendonça e Pereira (2011) denominam de “novos circuitos discursivos”. Embora não tenhamos mensurado essas rotas discursivas, foi possível verificar que os fóruns de discussão alimentavam essas outras arenas comunicativas, ao mesmo tempo em que eram alimentados por elas. É possível perceber, portanto, que o crescimento em importância das novas mídias sociais fez com que a ênfase no engajamento e na mobilização dos eleitores se tornasse a função primordial da engenharia de comunicação online dos partidos e candidatos em disputa eleitoral (GOMES; AGGIO, 2011).

Assim, uma implicação destas estratégias foi a ampliação da audiência da comunicação política e eleitoral. De fato eram os pré-dispostos que aderiam aos fóruns, mas ao replicarem os conteúdos nas redes, podiam atingir os eleitores mais indiferentes, que não estavam necessariamente interessados na campanha eleitoral.

Percebe-se, portanto, uma mudança importante na forma de recepção das mensagens políticas pelo público. As mídias sociais recriam a possibilidade de recepção passiva de mensagens políticas, a partir de postagens de terceiros nos “muros” do Facebook ou via email, por exemplo, o que faz com que outros internautas entrem em contato, inevitavelmente, com os argumentos das candidaturas. As candidaturas se esforçaram em atingir este primeiro nível de eleitores especialmente interessados, criando uma

cibermilitância, que atingiam outros não engajados que, por sua vez, atingiam a um terceiro nível de eleitores, não identificados como porta-vozes das candidaturas. Esses métodos mais versáteis de *crowdsourcing* possuem maior capacidade de penetração capilar do que as informações oficiais dos candidatos sendo, portanto, mais efetivos para o cibermarketing eleitoral (DADER et al. 2011).

A difusão voluntária por meio da repostagem dos conteúdos dos fóruns garantia que as mensagens não chegassem apenas a eleitores orgânicos às candidaturas, mas também àqueles envolvidos com causas específicas, que não estavam vinculados às redes dos candidatos e que possivelmente nem eram seus eleitores. Por exemplo, a discussão sobre aborto no contexto brasileiro atingiu um segmento decisivo de eleitores (*target group*), composto por religiosos cristãos (evangélicos e católicos) e que foi fortemente responsável por levar a competição para o segundo turno.

No decorrer de nossa investigação empírica nos deparamos com um padrão de serendipidade, ou seja, novos achados não previstos nas hipóteses iniciais. Foi possível constatar que as novas formas de ativismo online afetaram o comportamento e as estratégias dos candidatos no decorrer do pleito. No caso brasileiro, a interconexão do fórum Proposta Serra com outras arenas discursivas (Facebook, Twitter) potencializou o seu papel e criou efeitos secundários. Percebemos correspondência entre os termos negativos à candidata Dilma Rousseff que apareciam nas métricas do *Buzzmetrics* do IBOPE com diversas mensagens de ataque encontradas no interior dos fóruns de José Serra. Foi possível verificar que muitas das mensagens incivis em relação à Dilma que povoaram a Internet surgiram no interior de fóruns da Proposta Serra, que propagava seus conteúdos em tempo real; diversos *posts* eram viralizados por centenas de participantes para outros milhares de internautas nas redes sociais, gerando um efeito “bola de neve”.

No que tange ao aspecto informativo, no contexto brasileiro foi possível constatar o fenômeno que Gurevitch e Blumler (1990 apud PLASSER; PLASSER, 2002) denominam de intensificação dos conflitos entre políticos, cidadãos e jornalistas, em um processo de disputa sobre qual versão dos fatos iria predominar. A diversificação centrífuga da comunicação e a multiplicação

de canais informativos com o advento de blogs e redes sociais possibilita que o público desempenhe uma função mais ativa na elaboração de significados dos acontecimentos sociais e políticos (DELLI CARPINI; WILLIAMS, 1998) papel que, até recentemente, era exclusivo dos jornalistas (HALLIN, 1994), especialmente de grandes conglomerados da mídia de massa.

Como se pôde constatar nas eleições brasileiras em relação à discussão sobre o aborto e ao episódio “bolinha de papel”, os blogs e as novas mídias sociais como Facebook e Twitter foram espaços alternativos de contra-informação frente aos meios de comunicação tradicionais. As novas mídias sociais, por serem plataformas isentas de constrangimentos procedimentais que condicionam os meios de comunicação de massa, como a *agenda-setting* e o *framing* (GIMMLER, 2001), possibilitam a ampliação da quantidade de pontos de vista divergentes, fortalecendo os choques públicos de discursos (MENDONÇA; PEREIRA, 2011). Neste contexto específico, verificou-se a emergência de blogueiros e cidadãos comuns como articuladores de sentido das informações políticas e nos processos de formação da opinião pública vis-à-vis à grande imprensa (Rede Globo, Revista Veja e grandes jornais impressos). A Internet consistiu em um importante meio para publicação de informações conforme o enquadramento do ator em questão e sem os crivos dos *gatekeepers*, visões que, na maioria das vezes, não foram passíveis de publicação em outros veículos.

Portanto, com a Web 2.0 o processo de formação da opinião se torna mais complexo e multivariado, pois o eleitor não está mais sujeito apenas à opinião de apenas um ou de poucos veículos de comunicação, mas a um fluxo comunicacional que extrapola os meios tradicionais e passa também pela comunicação interpessoal.

Como advertem Bezerra e Mundim (2011), isso não significa que as mídias tradicionais (TV, jornais impressos e revistas) perderam o posto de mais influentes nas campanhas eleitorais, mas sim que a Internet assume um papel estratégico por influenciar a agenda noticiosa. Os múltiplos canais da Internet contribuem para a pulverização da agenda, que não é mais controlada exclusivamente pelos conglomerados midiáticos (CHADWICK; HOWARD, 2009; BRUNDIDGE; RICE, 2009 apud MENDONÇA; PEREIRA, 2011).

Prints de notícia começaram a partir dos internautas que, ao adquirirem voz e visibilidade, extrapolam o ambiente online e furam a pauta jornalística das mídias de massa. Da mesma maneira, notícias veiculadas nas mídias tradicionais eram reproduzidas na rede, em um processo retroalimentador.

A capacidade de influenciar a agenda da mídia é um aspecto extremamente relevante, especialmente em um cenário de crescente volatilidade do voto, onde o eleitor tende a votar contingencialmente em função das questões e temas em jogo em cada episódio eleitoral (AZEVEDO, 2011).

É possível perceber, portanto, como a forma de utilização dos fóruns pode acirrar a tonalidade negativa dos pleitos, aumentando o volume de mensagens de desqualificação (o que é especialmente válido para as plataformas de José Serra e Rodríguez Saá). É evidente que os fatores contextuais influenciam na maneira como as campanhas dirigem suas plataformas digitais e a competitividade do pleito é um deles. A radicalização da política do escândalo é deletéria para a democracia, principalmente considerando um contexto no qual a Internet amplia drasticamente o número de informações disponíveis e muda a maneira como as pessoas recebem informação política. Este "frenesi" informacional somado à instantaneidade da rede acarreta a diminuição do tempo para a reflexão política, levando a julgamentos apressados e emocionalmente construídos (BLUMLER; KAVANAGH, 1999).

Por fim, centrando a atenção no possível impacto do uso do potencial interativo da Internet no comportamento eleitoral dos candidatos, infere-se que no Brasil houve alteração de estratégias e mudanças no posicionamento dos candidatos. A partir dos questionamentos dos internautas nos fóruns de Marina Silva e das polêmicas que começaram a se disseminar na rede sobre sua postura em relação aos homossexuais, a candidata se reposicionou frente ao tema. Em uma seção criada especificamente para tal finalidade (Marina Responde), a candidata buscou suavizar sua afirmação de que era contra o casamento gay (compreendido por ela como um sacramento religioso) com a posição de que era favorável à união civil entre homossexuais.

Vimos também que a polêmica sobre o aborto foi iniciada na Internet e a discussão sobre o tema nas redes foi realizada de forma tão ensandecida e adquiriu tamanha dimensão que repercutiu nas mídias de massa, amplificando ainda mais a questão, num círculo vicioso. Sugere-se que a forma como o tema foi abordado na Internet (e depois amplificado na mídia) levou à alteração das estratégias eleitorais tanto de Dilma, que recuou e procurou relativizar suas posições devido ao amplo desgaste, quanto de Serra, que encampou cada vez mais a temática à medida que os percentuais de intenção de voto na petista caíam. O senso de oportunidade fez com que a candidatura de Serra tomasse contornos de extrema direita ao explorar a temática, assumindo posições extremas e polarizadas, chegando ao ponto de sua esposa panfletar nas ruas dizendo que “Dilma era a favor de matar criancinhas”. Percebe-se que a intenção não era manter o nível do debate, e sim vencer o pleito e, neste contexto, os fóruns da Proposta Serra serviram como laboratórios para avaliar o comportamento do eleitor.

Conforme vimos com o cruzamento dos dados do *BuzzMetrics* com as pesquisas de intenção de voto do Ibope Inteligência apresentadas por Resende e Chagas (2011), o volume significativo de referências negativas à Dilma nas mensagens que circularam a respeito dela nas redes sociais, grupos de discussão e blogs acompanhou a tendência de queda de intenção de voto na candidata no mesmo período. O mesmo ocorreu em relação a José Serra após a mensagem da ex-aluna no Facebook em que afirmava que a esposa de José Serra havia dito em sala de aula que já havia feito aborto durante o exílio no exterior, o que gerou uma contra-ofensiva petista, e fez com que a campanha de Serra emitisse uma nota e retirasse o tema da pauta.

A Internet leva a mudanças logísticas e estratégicas nas campanhas, que passam a ampliar seu repertório de ferramentas, bem como o leque de inserção online, buscando a realização de ataque e defesa, pois o espaço para disseminação passa a ser muito amplo. O contexto político é um dos fatores que explica as distintas formas de utilização das NTIC's pelos candidatos.

Portanto, com base nos dados auferidos nesta investigação confirmamos nossa principal hipótese de partida, de que a disponibilização de fóruns de debate online em *websites* eleitorais cria oportunidade estrutural

que pode aumentar a possibilidade de ação política dos cidadãos comuns para comunicar suas preferências, realizar *inputs*, participar da construção de projetos políticos, bem como compelir os candidatos para que delineiem com mais clareza suas plataformas políticas. Não obstante, o tipo de resultado é produto do desenho da interface e da maneira como os internautas e candidatos, a partir de seus interesses políticos, utilizam a tecnologia, e não um produto pré-determinado por ela (STREET, 2007).

Concluimos que, embora com as limitações aqui referenciadas, consideramos que as iniciativas de criar plataformas abertas para o debate são importantes para aumentar a conexão entre cidadãos e o sistema político, fazendo com que partidos e candidatos tornem a si próprios e a suas propostas mais acessíveis ao eleitor, bem como permitir que demandas e anseios civis se façam manifestos. Mas é necessário que ambos, candidatos e sociedade, aprendam a usar as oportunidades fornecidas pelos novos canais de informação e comunicação no sentido de aprimorar a democracia, para que não se verifiquem muitas pautas de *cibermarketing* com poucos signos de *ciberdemocracia* (DADER et al., 2011).

VIII - Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.

AGGIO, Camilo. Campanhas Online e participação: um esforço preliminar de análise da atuação dos eleitores e dos agentes de campanha no projeto Proposta Serra, 2011.

AGGIO, Camilo; MARQUES, Francisco P.J.A.; SAMPAIO, Rafael C. Online Campaigns, Political Participation and the Public Sphere: The Case of the Open Government Plan in the 2010 Brazilian Elections, 2011.

ALBUQUERQUE, Afonso. Política versus televisão: o horário gratuito na campanha presidencial de 1994. *Comunicação e Política*, Rio de Janeiro, v. 1., n. 3, abril-julho, 1995.

ALBUQUERQUE, Afonso; MARTINS, Adriane Figueirola. Apointamentos para um modelo de análise dos partidos na Web. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho "Comunicação Política" do XIX Encontro da Compós, na PUCRJ, Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010.

ALCÁNTARA SÁEZ, Manuel. *¿Instituciones o máquinas ideológicas? Origen, programa y organización de los partidos políticos latinoamericanos*. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials, 2004.

ALDÉ, Alessandra; DIAS, Heloisa. Intervalo surpresa: spots eleitorais na campanha municipal de 1996. *Comunicação e Política*, Rio de Janeiro, 1998. Disponível em www.doxa.iesp.uerj.br.

ALDÉ, Alessandra; FIGUEIREDO, Marcus; MENDES, Gabriel. Tomando partido: Imprensa e eleições presidenciais em 2006. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho "Comunicação e Política", do XVI Encontro da Compós, UTP, Curitiba, PR, junho/2007.

ALVAREZ, Sonia E.; DAGNINO, Evelina; ESCOBAR, Arturo. O cultural e o político nos movimentos sociais latino-americanos. In: ALVAREZ, S. E.; DAGNINO, E.; ESCOBAR, A. (orgs.). *Cultura e Política nos movimentos sociais latino-americanos*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000.

ANDRADE, Thales Novaes de. Aspectos sociais e tecnológicos das atividades de inovação. *Lua Nova*, São Paulo, 66: 139-166, 2006.

ANDRADE, Thales Novaes de. Inovação e Ciências Sociais: em busca de novos referenciais. *RBCS*, vol. 20, n. 58, junho, 2005.

ANDUIZA, Eva. Internet, campañas electorales y ciudadanos: el estado de la cuestión. *Quaderns del CAC*, n. 33, dezembro 2009.

ANIMAL POLÍTICO. La democracia y las redes sociales tienen tiempos distintos. Entrevista realizada em 11 de fevereiro de 2012.

ARAUJO, Rafael P.A.; PENTEADO, Claudio L.C.; SANTOS, Marcelo Burgos. Informação e contra-informação: o papel dos blogs no debate político das eleições presidenciais de 2010. IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR, Belo Horizonte - Brasil, 2011.

ARRIAGADA, Arturo. Antimedios, 2011. Disponível em www.antimedios.cl.

ARRIAGADA, Arturo; SCHUSTER, Martin. ¿Como te ven te tratan? Consumo de medios, identificación con partidos políticos e ideologías y participación electoral en Chile en 2009. In: UDP - Universidad Diego Portales. Chile 2009: Percepciones y actitudes sociales. Informe de la quinta encuesta nacional UDP. Santiago. Junio de 2010.

ATLAS Electoral de Andy Town. Elecciones en Argentina desde 1983.

AZEVEDO, Fernando Antônio. Eleições Presidenciais, Clivagem de Classe e Declínio da Grande Imprensa. *Revista USP*, v. 90, p. 84-101, 2011.

AZEVEDO, Fernando Antônio. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. *Opinião Pública*, vol. 12, n.1, Campinas, Abril, Maio, 2006.

AZÓCAR, Andrés; SCHERMAN, Andrés. El papel de los medios de comunicación en el conocimiento de los candidatos y sus programas en la elección 2009. In: UDP - Universidad Diego Portales. Chile 2009: Percepciones y actitudes sociales. *Informe de la quinta encuesta nacional UDP*. Santiago. Junio de 2010.

BÄCHTIGER, André; SHIKANO, Susumu; PEDRINI, Seraina; RYSER, Mirjam. Measuring Deliberation 2.0: Standards, Discourse Types, and Sequenzialization. Artigo apresentado na *ECPR General Conference*, Potsdam, 5-12 Set., 2009.

BARBER, Benjamin R. *Democracia fuerte*. Madrid: Almuzara Estudios, 2004.

BARBER, Benjamin R. The new telecommunications technology: endless frontier or the end of democracy? *Constellations*, Volume 4, n. 2, 1997.

BARNETT, S. New media, old problems: new technology and the political process. *European Journal of Communication*, London, n.12, p.193-218, 1997.

BENTIVEGNA, Sara. Hablar de política en la red: los newgroups políticos. *Cuadernos de Información y Comunicación: ciberdemocracia*, Madrid, n.6, p.87-106, 2001.

BENTIVEGNA, Sara. Rethinking Politics in the World of ICTs. *European Journal of Communication*, 21; 331, 2006.

- BEZERRA, Heloisa Dias; MUNDIM, Pedro Santos. Qual foi o papel das variáveis midiáticas na eleição presidencial de 2010? *Opinião Pública*, Campinas, vol. 17, nº 2, Novembro, 2011, p.452-476.
- BLUMLER, Jay G.; KAVANAGH, Dennis. The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 16:209-230, 1999.
- BOAS, Taylor C. Chile: Promoting the Personal Connection—The Internet and Presidential Election Campaigns. In: WARD, Stephen; OWEN, Diana; DAVIS, Richard; TARAS, David (eds.). *Making a Difference. A Comparative View of the Role of the Internet in Election Politics*. Lanham, MD. Lexington Books, 2008.
- BOBBIO, Norberto. *Estado, Governo e Sociedade - Para uma Teoria Geral da Política*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1987.
- BOBBIO, Norberto. *O futuro da democracia - uma defesa das regras do jogo*, 1986.
- BOHMAN, James. Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy. *Sociological Review*, p. 131-155, 2004.
- BOLAÑO, César; CASTAÑEDA, Marcos. A economia política da Internet e sua crise. *Papers ALAIC*, Santa Cruz de la Sierra, Bolívia, 2002.
- BOSOER, Fabián. Kirchner, segundo acto: el panorama electoral en Argentina. *Nueva Sociedad*, n. 208, marzo-abril de 2007.
- BRAGA, Maria do Socorro Sousa; PIMENTEL JR. Jairo. Os partidos políticos brasileiros realmente não importam? *Opinião Pública*, Campinas, vol. 17, nº 2, Novembro, 2011, p. 271-303.
- BRAGA, Adriana. Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica. *UNIRRevista*, vol. 1, n. 3, julho 2006.
- BRAGA, Sérgio; FRANÇA, Andressa S.T.; NICOLAS, Maria A. Mecanismos de participação política e “falas cidadãs” nos websites dos candidatos a prefeito nas eleições de outubro 2008 nas regiões sul e sudeste do Brasil. III Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, São Paulo, SP, 09 a 11 de dezembro, 2009.
- BUCHSTEIN, Hubertus. Bytes that Bite: The Internet and Deliberative Democracy. *Constellations*, Volume 4, n. 2, 1997.
- BUNKER, Kenneth; NAVIA, Patricio, 2010. El votante díscolo. In: In: UDP - Universidad Diego Portales. Chile 2009: Percepciones y actitudes sociales. *Informe de la quinta encuesta nacional UDP*. Santiago. Junio de 2010.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos: conflitos culturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

- CARDON, Dominique. Virtudes democráticas da Internet. Apresentação feita na mesa redonda Internet e Renovação Democrática no fórum Reinventar a democracia. *Republique désidées*, Genebra, 9 de maio de 2009.
- CARLSON, Tom and DJUPSUND, Göran. Old Wine in New Bottles?: The 1999 Finnish Election Campaign on the Internet. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 2001; 6; 68.
- CARLSON, Tom; DJUPSUND, Göran. Old Wine in New Bottles?: The 1999 Finnish Election Campaign on the Internet. *Harvard International Journal of Press/Politics*; 6, 68, 2001.
- CARREIRÃO, Yan de Souza. Evolução das opiniões do eleitorado durante o governo Lula e as eleições presidenciais brasileiras de 2006. In: *Anais do Primer Congreso Latinoamericano de Opinión Pública*. Colônia Del Sacramento, Uruguai, 12 a 14 de Abril de 2007.
- CARRIZO, Carla. Presidencialismo y conflictos políticos en Argentina: sobre la inestabilidad política a nivel nacional y provincial (1983-2006). Pontificia Universidad, 2006.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Denis (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- CERVellini, Silvia; GIANI, Malu; PAVANELLI, Patrícia. Economia, religião e voto no Brasil: A questão do aborto na eleição presidencial de 2010. *IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR - World Association of Public Opinion Research*. Belo Horizonte, Brasil, 2011.
- CHADWICK, Andrew. Web 2.0: New challenges for the study of e-democracy in an era of informational exuberance. *Journal of Law and Policy for the Information Society*, V. 5, n. 1, p. 9-41, 2008.
- CHADWICK, Andrew. Web 2.0: New challenges for the study of e-democracy in an era of informational exuberance. *Journal of Law and Policy for the Information Society*, V. 5, n. 1, p. 9-41, 2008.
- CHAIA, Vera. As novas formas de participação política e as comunidades on-line: um estudo do Orkut. In: *Anais do III Congresso Latino-Americano de Ciência Política*, 2006.
- CHAIA, Vera. FHC foi cabo eleitoral de Lula. Entrevista concedida ao jornal Valor Econômico. Disponível em www.puc.neamp.br. 27/10/2006.
- CHAIA, Vera; BRAGA, Sérgio. Apresentação: uma amostra das novas possibilidades de pesquisa sobre as relações entre as NTICS e a política. *Revista de Sociologia e Política*, vol. 17, n. 34. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, outubro, 2009, pp. 7-12.

CHASQUETTI, Daniel. Elecciones presidenciales mayoritarias en América Latina. *América Latina Hoy*, 29, 2001.

CHERESKY, Isidoro. *Elecciones en América Latina: poder presidencial y liderazgo político bajo la presión de la movilización de la opinión pública y la ciudadanía*. Revista Nueva Sociedad, n. 206, noviembre-diciembre de 2006.

CIUDAD FUTURA. Ponencias de Cacho Alvarez, Juan Carlos Portantiero, Franco Castiglioni, Edgardo Mocca, Julio Godio, Roberto Gargarella, Emilio Tenti Fanfani, Elisa Carrió, Adriana Puiggrós e José Nun. *Ciudad Futura*, n. 48, 1997.

COHN, Gabriel. Prefácio de WEBER, Max. *Parlamento e governo na Alemanha reordenada: crítica política do funcionalismo e da natureza dos partidos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

COLEMAN, Stephen; GØTZE, John. *Bowling Together: online public engagement in policy deliberation*, London: Hansard Society, 2001.

CORPORACIÓN LATINOBARÓMETRO. Informe de Prensa, 2005.

CORPORACIÓN LATINOBARÓMETRO. Informe de Prensa, 2006.

CORRALES, Javier; DABÈNE, Olivier; MALAMUD, Andrés; MURILLO, María Victoria; PION-BERLIN, David; SMITH, William C. Entrevista concedida em 16 de Setembro, 2007. Portal The University of British Columbia. <http://www.argentinaelections.com>.

CORREIA, João Carlos. Novos media e esfera pública: As profecias cyber-democráticas no contexto da democracia deliberativa. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, 2006. Disponível em www.bocc.ubi.pt.

COSTAFREDA, Andrea. Del determinismo institucional a la agencia política. Escenarios para el cambio en América Latina. Institut Internacional de Governabilitat de Catalunya. Documentos de trabajo. Número 2, noviembre 2004.

CUCCHETTI, Humberto. *El proceso electoral en la Argentina 2007*. Voto, trayectorias políticas y tradiciones partidarias, 2007.

DADER, José Luis. Ciberpolítica en los websites de partidos políticos: la experiencia de las elecciones de 2008 en España ante las tendencias transnacionales. *Revista de Sociología e Política*, vol.17 no.34 Curitiba Oct. 2009.

DADER, José Luis. La ciberdemocracia posible: Reflexión prospectiva a partir de la experiencia en España. Cuadernos de Información y Comunicación - Ciberdemocracia. Madrid, Universidad Complutense, 2000.

DADER, José Luis; CHENG, Lifen. Análisis cuantitativo y cualitativo de las web de partidos. (Capítulo IV, p. 129-143). In: SAMPEDRO, V.F.S (org.),

Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Madrid: Editorial Complutense, 2011.

DADER, José Luis; VIZCAINO, Ricardo; CAMPOS, Eva; CHENG, Lifan. Las webs de los partidos españoles durante la campaña para las Elecciones Generales de 2008: Pautas de cibermarketing con pocos signos de ciberdemocracia. (Capítulo V, p. 145-200). In: SAMPEDRO, V.F.S (org.), Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Madrid: Editorial Complutense, 2011.

DAGNINO, Renato. Um debate sobre a tecnociência: neutralidade da ciência e determinismo tecnológico. Unicamp, 2006. Disponível em geo25.ige.unicamp.br.

DAGNINO, Evelina. *Sociedade civil e espaços públicos no Brasil*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

DAHL, Robert A. *Poliarquia: participação e oposição*. Prefácio de Fernando Limongi; trad. Celso Mauro Paciornik. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

DAHLBERG, Lincoln. Democracy via Cyberspace: Mapping the Rhetorics and Practices of Three Prominent Camps. *New Media Society*; 3; 157, 2001.

DAHLBERG, Lincoln. Net-public Sphere Research: Beyond the 'First Phase'. *Electronic Networks and Democracy*, vol. 11, n. 1, 2004.

DAHLBERG, Lincoln. Net-public Sphere Research: Beyond the 'First Phase'. *Electronic Networks and Democracy*, vol. 11, n. 1, 2004.

DAHLBERG, Lincoln. The Internet as public sphere or culture industry? From pessimism to hope and Back. *International Journal of Media and Cultural Politics*, Volume 1, Number 1, 2005.

DALLMAYR, Fred. Para além da democracia fugidia. In: SOUZA, Jessé. *Democracia hoje: novos desafios para a teoria democrática contemporânea*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001. 480 p.

DAVIS, Richard. Tecnologías de la comunicación y democracia: El factor Internet. *Cuadernos de Información y Comunicación: ciberdemocracia*, Madrid, n. 6, p. 9-32, 2001.

DAVIS, Richard. *The web of politics: the internet's impact on the American political system*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

DEAN, Jodi. Why the Net is not a Public Sphere. *Constellations*, vol. 10, n. 1, 2003.

DELOITTE. Pesquisa Mídias sociais nas empresas. O relacionamento online com o Mercado, 2010. Disponível em www.deloitte.com.

DIAMOND, Larry; MORLINO, Leonardo. The quality of democracy. Working Papers, n. 20. Stanford, CA: Center on Democracy, Development, and The Rule of Law Stanford Institute on International Studies. September, 2004.

DIMAGGIO, Paul; HARGITTAI, Eszter; NEUMAN, W. Russell and ROBINSON, John P. Social Implication of the Internet. *Annual Review of Sociology*, 27; p. 307-36, 2001.

DIZARD JR., W. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

DOWNS, Anthony. *Uma teoria econômica da democracia*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999.

EISENBERG, José; CEPIK, Marco (orgs.). *Internet e política: teoria e prática da democracia eletrônica*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2002.

FARIA, Cláudia Feres. Democracia deliberativa: Habermas, Cohen e Bohman. *Lua Nova*: São Paulo, n. 49, Cedec, 2000.

FARRELL, D. M.; KOLODNY, R.; MEDVIC, S. Parties and campaign professionals in a digital age: political consultants in the United States and their counterparts overseas. *Harvard International Journal of Press/Politics*, Massachusetts, v.6, n.4, p.11-30, 2001.

FERBER, Paul; FOLTZ, Franz; PUGLIESE, Rudy. Cyberdemocracy and Online Politics: A new model of interactivity. *Bulletin of Science Technology & Society*, vol. 27, n. 5, p. 391-400, October, 2007.

FERBER, Paul; FOLTZ, Franz; PUGLIESE, Rudy. The Internet and public participation: state legislature web sites and the many definitions of interactivity. *Bulletin of Science, Technology & Society*, vol. 25, n. 1, February 2005, 85-93.

FERNANDEZ, Rodrigo Garcia. Campanhas eleitorais na internet. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - IFCH, UNICAMP, Campinas.

FERREIRA, Gil Baptista. Espaços discursivos on-line e democracia deliberativa: promessas e limites. In: MORGADO, Isabel Salema; ROSAS, António (Orgs.). *Cidadania Digital*. Covilhã: LabCom Books, 2010.

FORD, Aníbal. O contexto do público: transformações comunicacionais e socioculturais. In: MORAES, Denis (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

FRASER, Nancy. Rethinking the Public Sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. In: CALHOUN, C. (org). Habermas and the public sphere. Cambridge: MIT Press, 1992.

GARGARELLA, Roberto. El ideal de la democracia deliberativa en el análisis del sistema representativo, *Revista Sociedad* 6, Buenos Aires, marzo 1995.

GARGARELLA, Roberto. El republicanismo y la filosofía política contemporánea em Boron, Atilio A. (comp.) *Teoría y filosofía política. La tradición clásica y las nuevas fronteras*. CLACSO: Buenos Aires, 2001.

GIBSON, Rachel K. New Media and the Revitalisation of Politics. Presented at the Revitalising Politics Conference, London Nov 5-6, 2008.

GIBSON, Rachel K.; MARGOLIS, Michael; RESNICK, David and WARD, Stephen J. Election Campaigning on the WWW in the USA and UK. A Comparative Analysis. *Party Politics*, vol. 9, nº 1, p. 47-75, 2003.

GIBSON, Rachel K.; RÖMMELE, Andrea. Political communication. In: CARAMANI, Daniele (org.). *Comparative Politics*. Oxford: Oxford University Press, 2007.

GIBSON, Rachel K.; WARD, Stephen. U.K. Political Parties and the Internet: "Politics as Usual" in the New Media? *Harvard International Journal of Press/Politics*, 1998; 3; 14.

GIBSON; Rachel; RÖMELLE, Andrea. Political Communication. In: CARAMANI, Daniele (ed.). *Comparative Politics*. Oxford: Oxford University Press, 2007.

GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1991.

GIMMLER, Antje. Deliberative democracy, the public sphere and the internet. *Philosophy Social Criticism*, 2001; 27; 21.

GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*. Unisinos, vol. VII, n. 3, p. 214-222, setembro/dezembro, 2005.

GOMES, Wilson. Democracia digital: Que democracia?. In: II Encontro Anual da Compolítica, Belo Horizonte. *Anais do II Encontro Anual da Compolítica*, 2007.
GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas.

GOMES, Wilson. Opinião Pública na Internet: uma abordagem ética das questões relativas à censura e liberdade de expressão na comunicação em rede. *Anais da COMPÓS*, 2001.

GOMES, Wilson; SILVA, BRENO F.L.R.T. Politics 2.0. A campanha online de Barack Obama em 2008. *Revista Sociologia Política*, Curitiba, v. 17, n. 34, p. 29-43, outubro, 2009.

GOMES, Wilson; AGGIO, Camilo. Campanhas online: o percurso de formação das questões, problemas e configurações a partir da literatura produzida entre 1992 e 2009. In: I Seminário Nacional Sociologia e Política UFPR, Curitiba, 2009.

GRÖNLUND, Å.; ANDERSEN, K.; ROSE, J.; AVDIC, A.; HEDSTRÖM, K. (orgs.), *Understanding eParticipation*. Contemporary PhD eParticipation research in Europe, Örebro University Library, 2007.

HABERMAS, Jürgen. *Direito e democracia: entre facticidade e validade*, volume II, 2ª. Edição. Tradução de Flávio Beno Siebeneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HABERMAS, Jürgen. *O discurso filosófico da modernidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

HABERMAS, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa, I*. Racionalidad de la acción y racionalización social. Taurus Humanidades, 1999.

HABERMAS, Jürgen. Três modelos normativos de democracia. Tradução de Paulo Astor Soethe. In: *A inclusão do outro*. Estudos de teoria política. Edições Loyola, São Paulo, Brasil, 3ª. Edição, 2007.

HARTO, Fernando. Tipologías y modelos de democracia electrónica. Primer congreso sobre Internet, derecho y política: las transformaciones del derecho y la política en la sociedad de la información. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*. N. 2. UOC, 2006.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. S. Paulo: Edições Loyola, 1992.

HELD, David. *Modelos de democracia*. Belo Horizonte: Paidéia, 1987.

HERRERA, Florencia; TELTEIBOIM, Berta. Opiniones de los chilenos sobre el aborto. In: In: UDP - Universidad Diego Portales. Chile 2009: Percepciones y actitudes sociales. *Informe de la quinta encuesta nacional UDP*. Santiago. Junio de 2010.

HINE, Christine. *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC, 2004.

HIRST, Paul. *A democracia representativa e seus limites*. Rio de Janeiro: Zahar, 1992.

HOCHSTETLER, Kathryn; FRIEDMAN, Elisabeth Jay. Representação, partidos e sociedade civil na Argentina e no Brasil. *Cadernos CRH*, Salvador, v. 21, n. 52, p. 47-66, Jan./Abr. 2008.

HOLBROOK, Thomas M. *Do campaigns matter?* London: Sage Publications, 1996.

HONNETH, Axel. Democracia como cooperação reflexiva. In: SOUZA, Jessé. *Democracia hoje: novos desafios para a teoria democrática contemporânea*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

HOWARD, Philip N. Deep Democracy, Thin Citizenship: The Impact of Digital Media in Political Campaign Strategy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 597; 153, 2005.

HOWARD, Philip. Network Ethnography and the Hypermedia Organization: New Media, New Organizations, New Methods. *New Media & Society* London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, Vol4(4):550-574, 2002.

HUNTER, Wendy; POWER, Timothy J. Rewarding Lula: Executive Power, Social Policy, and the Brklian Elections of 2006. *Latin American Politics and Society*, 49:1, 2007.

IASULAITIS, Sylvia. As cibercampanhas presidenciais da Argentina no pleito 2007. Artigo apresentado no II Simpósio Nacional da ABCiber - Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura, 2008, São Paulo/SP. Anais do II Simpósio Nacional da ABCiber, 2008.

IASULAITIS, Sylvia. *Internet, Democracia e Eleições. As cibercampanhas presidenciais brasileiras em 2006*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de São Carlos, 2008.

JANSEN, Harold. Is the Internet Politics as Usual or Democracy's Future? Candidate Campaign Web Sites in the 2001 Alberta and British Columbia Provincial Elections The Innovation Journal: *The Public Sector Innovation Journal*, Volume 9 (2), 2004.

JOHNSON, Thomas J.; KAYE, Barbara. K. A boost or bust for democracy? How the web influenced political attitudes and behaviors in the 1996 and 2000 presidential elections. *Harvard International Journal of Press/Politics*, Massachusetts, n. 8, n.3, p.9-34, 2003.

KASMAN, Romina. El proceso de consolidación del sistema de partidos en Argentina. Democratización y elecciones del 2007. *Revista Enfoques*, n. 7, Segundo Semestre, 2007.

KINZO, Maria D'Alva. Partidos, eleições e democracia no Brasil pós-1985. *RBCS*, Vol. 19 nº. 54 fevereiro/2004.

LAHUERTA, Milton. Intelectuais e resistência democrática. Gramsci e o Brasil, 2001.

LANDTSHEER, Christ'I; KRASNOBOKA, Natalya; NEUNER, Cony. La facilidad de utilización de las "web sites" de partidos políticos. Estudio de algunos países de Europa del este y Occidental. *Cuadernos de Información y Comunicación - Ciberdemocracia*. Madrid, Universidad Complutense, 2000.

- LAVALLE, Adrian Gurza. Sem pena nem glória: o debate sobre a sociedade civil nos anos de 1990. *Novos Estudos*, São Paulo, n. 66, julho de 2003.
- LEAL, Paulo Roberto Figueira. *O PT e o dilema da representação política*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2005.
- LEIRAS, Marcelo. Organización partidaria y democracia: tres tesis de los estudios comparativos y su aplicación a los partidos en la Argentina. *Revista SAAP*, Vol. 1, Nº 3.
- LEVITSKY, A. The "normalization" of Argentine politics, *Journal of Democracy*, vol. 11, n. 2, pp.56-69, 2000.
- LÉVY, Pierre. A revolução contemporânea em matéria de comunicação. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da (org.). *Para navegar no século XXI. Tecnologias do Imaginário e Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 1999b.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999a.
- LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.
- LÉVY, Pierre. Pela ciberdemocracia. In: MORAES, Denis (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- LIJPHART, Arend. Unequal participation: democracy's unresolved dilemma. *American Political Science Review*, v. 91, n. 1, pp. 1-14, 1997.
- LILLEKER, Darren G.; MALAGÓN, Casilda. Levels of Interactivity in the 2007 French Presidential Candidates' Websites. *European Journal of Communication*, 25 (1) 25-42, 2010.
- LILLEKER, Darren; JACKSON, Nigel. Politicians and Web 2.0: the current bandwagon or changing the mindset? *Web 2.0: an International Conference*. Royal Holloway, University of London, April 17-18, 2008.
- LIMA, Venício Artur de. *A Mídia nas eleições de 2006*. São Paulo. Editora Fundação Perseu Abramo: 2007.
- LIMA, Venício Artur de. *Mídia: crise política e poder no Brasil*, São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.
- LIMA, Venício Artur de. Presunção de culpa: a cobertura da crise política de 2005-2006. In: *Mídia: crise política e poder no Brasil*. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2006.
- LIMONGI, Fernando. Prefácio de DAHL, Robert A. *Poliarquia: Participação e Oposição*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

- LIN, Wan-Ying; DUTTON, William H. The 'Net' effect in politics: the 'stop the overlay' campaign in Los Angeles. *Party Politics*, 9; 124, 2003.
- LUCHESSI, Lila. Politics and Media in the 2007 Argentine Presidential Elections. *The International Journal of Press/Politics*, 13; 345, 2008.
- MACPHERSON, C. B. *A democracia liberal. Origens e evolução*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.
- MAIA, Rousiley Celi M. Visibilidade midiática e deliberação pública. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley (orgs.). *Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008.
- MAIA, Rousiley Celi M. Democracia e Internet como esfera pública virtual: aproximação às condições do discurso e da deliberação. In: MOTTA, L. G.; FRANÇA, V. R. V; WEBER, M. H.; PAIVA, R. (Org.). *Estratégias e Culturas da Comunicação*. Brasília: Editora UnB, 2002, v. 1, p. 58-71.
- MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Céres P.S. (orgs.). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- MAIA, Rousiley. Mídia e vida pública. Modos de abordagem. In: MAIA, R.; CASTRO, M.C.P.S. (orgs.). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- MAIR, Peter. Os partidos políticos e a democracia. *Análise Social*, vol. XXXVIII (167), 2003.
- MANCINI, Paolo; SWANSON, David L. *Politics, Media and Modern Democracy: an International Study of Innovations in Electoral Campaigning and their Consequences*. Westport, London: Praeger, 1996.
- MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, nº 29, outubro de 1995.
- MARGOLIS; Michael; RESNICK, David. *Politics as Usual: The cyberspace "revolution"*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2000.
- MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 12, nº 1, Abril/Maio, 2006, p. 164-187.
- MARTÍNEZ i COMA, Ferran. *Por qué importan las campañas electorales?* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2008.
- MAURO, Sebastián. Mutación, crisis, recomposición, y outra vez crisis de La representación política. *Argumentos*, 8, octubre 2007.
- MENDONÇA, Ricardo F.; PEREIRA, Marcus A. Democracia digital e deliberação online: um estudo de caso sobre o *VotenaWeb*. *IV Congresso Latino-Americano de Opinião Pública WAPOR*. Belo Horizonte - Brasil 04-06 de maio de 2011.

- MENEGUELLO, Rachel. *Partidos e Governos no Brasil Contemporâneo (1985-1997)*, Paz e Terra, 1998.
- MIELNICZUK, L. Cinco características e algumas implicações do jornalismo na Web. In: *II SOPCOM - Sociedade Portuguesa da Comunicação*, 2001, Lisboa, 2001.
- MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e vínculo eleitoral: a literatura internacional e o caso brasileiro. *Opinião Pública*, Campinas, Vol. X, nº 1, Maio, 2004, p. 91-111.
- MOCCA, Edgardo. O futuro incerto dos partidos políticos argentinos. *Estudos Avançados*, 19 (55), 2005.
- MONTERO, MARÍA DOLORES. E-movilización y participación políticas en las campañas electorales de Ségolène Royal (2007) y Barack Obama (2008). *Quaderns del CAC* 33, diciembre 2009 (27-34).
- MONTUORI, Carla. Caravana JN. Um olhar sobre a estética de produção. *Observatório da Imprensa*. 17/10/2006.
- MORAES, Denis de (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- MORALES, Mauricio. ¿Quiénes son, dónde están, qué quieren?: las bases electorales de los candidatos presidenciales 2009. In: UDP - Universidad Diego Portales. Chile 2009: Percepciones y actitudes sociales. *Informe de la quinta encuesta nacional UDP*. Santiago. Junio de 2010.
- MORALES, Mauricio; CANTILLANA, Carlos; GONZÁLEZ, Julián. Participando con voto voluntario: efecto de la edad, del nivel socioeconómico y de la identificación política. In: UDP - Universidad Diego Portales. Chile 2009: Percepciones y actitudes sociales. *Informe de la quinta encuesta nacional UDP*. Santiago. Junio de 2010.
- MOREIRA, Constanza. Party systems, political alternation and ideology in the south cone (Argentina, Brazil, Chile and Uruguay). *Revista Uruguaya de Ciência Política*, vol. 2, Montevideo, 2006.
- MUSTAPIC, Ana María. Argentina: la crisis de representación y los partidos políticos. *América Latina Hoy*, 32, 2002.
- NERI, Marcelo (coord.). *Os Emergentes dos Emergentes: Reflexões Globais e Ações Locais para a Nova Classe Média Brasileira*. Rio de Janeiro: FGV, CPS, 2011.
- NEWELL, J. L. Italian political parties on the web. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, n. 6, p.60-87, 2001.
- NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Sociabilidade virtual: separando o joio do trigo. *Psicologia & Sociedade*; 17 (2): 50-57; maio/ago.2005.

NOBRE, Marcos. Participação e deliberação na teoria democrática: uma introdução. In: SCHATTAN P. COELHO, Vera; NOBRE, Marcos (Org.). *Participação e deliberação: teoria democrática e experiências institucionais no Brasil contemporâneo*. 1 ed. São Paulo: Editora 34, 2004, v. 1, p. 21-40.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. Além do institucional: crise, partidos e sociedade no Brasil atual. *Biblioteca Nueva Sociedad*, 2005. Disponível em www.nuso.org.

NORRIS, Pippa. *A digital divide: civic engagement, information poverty and the internet in democratic societies*. New York: Cambridge University Press, 2001.

NORRIS, Pippa. *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*. New York: Cambridge University Press, 2000.

NORRIS, Pippa. Comparing Democracies 2: Elections and Voting in Global Perspective. Eds. Lawrence LeDuc, Richard Niemi e Pippa Norris. Londres: Sage, 2001. In: *Coleção Estudos da Cidade*, capítulo 6, traduzido. Rio de Janeiro. Junho, 2002.

NORRIS, Pippa. Digital Parties: Civic Engagement and Online Democracy. Paper to the Workshop on Internet participation, ECPR, Joint Sessions, Grenoble, April, 2001.

NOVOTNY, Patrick. The World Wide Web and multimedia in the 1996 presidential election. *Social Science Computer Review*; vol. 16, n. 169, 1998.

O'REILLY, Tim. What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, 2005. Disponível em <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.

O'REILLY, Tim; BATTELLE, John. *Web Squared: Web 2.0 Five Years On*, 2009.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo, Brasiliense, 2000.

PADRÓ-SOLANET, Albert; CARDENAL, Ana Sofia. Partidos y política en Internet: Un análisis de los websites de los partidos políticos catalanes. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*. N.º 6. UOC, 2008.

PANEBIANCO, Angelo. *Modelos de partidos: organización y poder en los partidos políticos*. Madrid: Alianza, 1990.

PAPACHARISSI, Zizi. Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New Media and Society*, vol.6, nº2, p.259-283, 2004.

PAPACHARISSI, Zizi. The virtual sphere: the internet as a public sphere. *New Media Society*, 4; 9, 2002.

PATEMAN, Carole. *Participação e teoria democrática*. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

PEIXOTO, Vitor; RENNÓ, Lucio. Mobilidade social ascendente e voto: as eleições presidenciais de 2010 no Brasil. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 17, n2, Novembro, 2011, p. 304-332.

PEREIRA, Vinicius Andrade. Marshall McLuhan, o conceito de determinismo tecnológico e os estudos dos meios de comunicação contemporâneos. *Razón y Palabra*, v. 52, 2006.

PFAU, Michael; HOUSTON, J. Brian; SEMMLER, Shane M. Presidential Election Campaigns and American Democracy: The Relationship Between Communication - Use and Normative Outcomes. *American Behavioral Scientist*, 49; 48, 2005.

PLASSER, Fritz; PLASSER, Gunda. *Global Political Campaigning*. A worldwide analysis of campaign professionals and their practices. New York: Praeger, 2002.

POPKIN, Samuel L. *The Reasoning Voter*. Communication and Persuasion in Presidential Campaigns. London, Chicago: The University of Chicago Press, 1991.

POSTER, Mark. Cidadania, mídia digital e globalização. In: MORAES, Denis (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

PRUIJT, Hans. Social capital and the equalizing potential of the Internet. *Social Science Computer Review*, 2002; 20; 109.

PUTNAM, R. D. Tuning in, tuning out: the strange disappearance of social capital in America. *Political Science and Politics*, 28:664-83, 1995.

PUTNAM, Robert. Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6:1, Jan 1995, 65-78.

RESENDE, João Francisco; CHAGAS, Juliana Sawaia Cassiano. Eleições no Brasil em 2010: comparando indicadores político-eleitorais em surveys e na internet. IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR - World Association of Public Opinion Research. Belo Horizonte, Brasil, Maio de 2011.

RHEINGOLD, Howard. Virtual Community: Another Metaphor. *Whole Earth Review*, n. 98, 1999.

RIBEIRO, Pedro José Floriano. Dos sindicatos ao governo: a organização nacional do PT de 1980 a 2005. Tese de Doutorado apresentada à Universidade Federal de São Carlos, UFSCar, 2008.

ROMA, Celso. A institucionalização do PSDB - entre 1988 e 1999. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. Vol. 17, n. 49, junho/2002.

RÖMMELE, Andrea. Political Parties, Party Communication and New Information and Communication Technologies. *Party Politics*, vol. 9:1, n. 7, pp. 7-20, 2003.

ROSANVALLON, Pierre. *Counter-Democracy. Politics in an Age of Distrust*. New York: Cambridge University Press, 2008.

SADOW, James D. A Uses and Gratifications Theory of Internet Campaigning', paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association, Washington, DC, August, 2000.

SÁEZ, M.A.; FREIDENBERG, F. Partidos políticos na América Latina. *Opinião Pública*, Campinas, Vol. VIII, nº2, 2002, pp.137-157.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; MAIA, Rousiley Celi Moreira; MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. Participação e deliberação na internet: Um estudo de caso do Orçamento Participativo Digital de Belo Horizonte. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 16, n. 2, Novembro, 2010.

SANTOS, B e AVRITZER, L. Para ampliar o cânone democrático. In: *Democratizar a democracia - os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

SARTORI, Giovanni. *A teoria da democracia revisitada*. Volume I - O debate contemporâneo. Tradução de Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Ed. Ática, 1994.

SCHLEGEL, Rogério. Internauta brasileiro: perfil diferenciado, opiniões indiferenciadas. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, v. 17, n. 34, p. 137-157, out. 2009.

SCHEUFELE, Dietram A.; NISBET, Matthew C. Being a Citizen Online: New Opportunities and Dead Ends. In: *Harvard International Journal of Press/Politics*, 2002; 7; 55.

SCHNEIDER, Steven. Expanding the public sphere through computer-mediated communication: political discussion about abortion in a Usenet newsgroup. PhD Thesis, MIT Political Science, 1997.

SCHNEIDER, Steven; FOOT, Kirsten. The Web as an Object of Study. *New Media Society, Special Anniversary Issue*, v. 6, n.1, p. 114-122, 2004.

SCHUMPETER, Joseph. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro, Zahar, Editores, 1984.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O Estado espetáculo*. São Paulo: Difel, 1978.

SCHWEITZER, Eva Johanna. Election campaigning online: German party websites in the 2002 national elections. *European Journal of Communication*, London, v.20, n.3, p. 327-351, 2005.

- SFEZ, Lucien. *Crítica da comunicação*. Edições Loyola, São Paulo, 1994.
- SIGNATES, Luiz. O critério DAIA: uma sugestão para se avaliar a democracia na comunicação. In: INTERCOM. *XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* - Salvador/BA - 1 a 5 Set 2002.
- SILVA, Sivaldo Pereira da. Graus de participação democrática no uso da internet pelos governos das capitais brasileiras. *Opinião Pública*, Oct. 2005, vol.11, no.2, p.450-468.
- SILVA, Sivaldo Pereira; VIEIRA, Vivian Peron. Panorama da Comunicação em 11 países da Comunidade Ibero-Americana. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques; CASTRO, Cosette (orgs.). *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil*. Brasília: Ipea, 2010, 3 v.
- SOLÁ, Joaquín Morales. Argentina, el sistema de los Kirchner: adiós a los viejos partidos. *Política Exterior*, vol. 21, n. 120, 2007, p. 31-7.
- STANYER, James. Political communication in transition: conceptualizing change and understanding its consequences. *European Journal of Communication*, 2003; 18; 385.
- STEENBERGEN, Marco R.; BÄCHTIGER, André; SPÖRNDLI, Markus; STEINER, Jürg. Measuring deliberation: a discourse quality index. *Comparative European Politics*, Houndmills, v. 1, n. 1, p. 21-48, março 2003.
- STREET, John. Remote Control? Politics, Technology and Electronic Democracy. *European Journal of Communication* 1997; 12; 27 Pg. 27 a 42.
- STROMER-GALLEY, Jennifer. Measuring Deliberation's Content: A Coding Scheme. *Journal of Public Deliberation*, v. 3, n. 1, p. 1-35, 2007.
- STROMER-GALLEY, Jennifer. On-line interaction and why candidates avoid it. *Journal of Communication*, V. 50, N. 4, p. 111-132, 2000.
- STROMER-GALLEY, Jennifer; FOOT, Kirsten A. Citizen Perceptions of Online Interactivity and Implications for Political Campaign Communication. 2003.
- SUDWEEKS, Fay; SIMOFF, Simeon. Complementary Explorative Data Analysis: The reconciliation of quantitative and qualitative principles. In: JONES, S. (org.). *Doing internet research: critical issues and methods for examining the net*. Thousand Oaks: SAGE, 1999.
- SWANSON, David L. El Campo de la Comunicación Política. La democracia centrada en los Medios. In: Muñoz-Alonso, A. Y Rospir, J. I. *Comunicación Política*. Madrid, Editorial Universitas, S.A., 1995.
- TEDESCO, Laura. The 1999 Elections in Argentina: Change in Style or Substance? *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, n. 70, April 2001.

TENDÊNCIAS. Encarte da Revista Opinião Pública, Campinas, Vol. 13, nº 2, p.409-427, Novembro, 2007.

TENDÊNCIAS. Pesquisa ESEB 2010. Encarte da Revista Opinião Pública, Campinas, Vol. 17, nº 2, Novembro, 2011.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

TORRES, Elisabeth Fátima; MAZZONI, Alberto Angel; ALVES, João Bosco da Mota. A acessibilidade à informação no espaço digital. *Ciências da Informação*, set./dez. 2002, vol.31, no.3, p.83-91. ISSN 0100-1965.

TRANSPARENCY INTERNATIONAL. Poder Ciudadano. Capitulo argentino. Informe de monitoreo del financiamiento de la campana electoral presidencial 2007. Junio, 2008.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Lei Eleitoral 9.504 de 1997.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Lei n. 12.034 de 2009.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Resolução nº 23.191/2009.

UDP - Universidad Diego Portales. Chile 2009: Percepciones y actitudes sociales. *Informe de la quinta encuesta nacional UDP*. Santiago. Junio de 2010.

VACCARI, Cristian. From the air to the ground: the Internet in the 2004 US presidential campaign. *New Media & Society*, V. 10, N. 4, p. 647-665, 2008.

VALENTE, Jonas. Mídia e as eleições de 2010 no Brasil: os limites do príncipe eletrônico. In: *Medios y elecciones en América Latina 2009-2011*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung C3- FES, 2011.

VAN DIJK, Jan A.G.M. Models of Democracy and Concepts of Communication (Chapter 3). In: VAN DIJK, Jan; HACKER, Ken. (orgs). *Digital Democracy, Issues of Theory and Practice*. University of Twente, The Netherlands: Sage Publications, 2000.

VÁZQUEZ, Cristina García. Trabajadores limítrofes, política migratoria y discriminación. El caso argentino en años recientes. *Estudios del hombre*. Universidad de Guadalajara, p. 91-107, 2003.

VELASCO, Honorio. Modelos para el trabajo de campo. In: TELLEZ, A. (org.). *Técnicas de investigación en Antropología. Experiencias de campo*. Elche: Universidad Miguel Hernández, 2002.

VELASCO, Honorio. Modelos para el trabajo de campo. In: TELLEZ, A. (org.). *Técnicas de investigación en Antropología. Experiencias de campo*. Elche: Universidad Miguel Hernández, 2002.

VELASCO, Juan Carlos. Deliberación y calidad de la democracia. *Claves de Razón Práctica*, n. 167, 2006.

VITA, Álvaro de. Democracia e Justiça. In: VITA, Álvaro de; BORON, Atilio (org.) *Teoria Política e Filosofia Política*, São Paulo, Edusp, 2004.

WALES, Corinne; COTTERILL, Sarah; SMITH, Graham. Do citizens 'deliberate' in on-line discussion forums? Preliminary findings from an internet experiment. Paper prepared for the Participatory and Democracy Specialist Group at the *Political Studies Association Conference*, Edinburgh, 2010.

WARD, Stephen J. Parties and Election Campaigning Online: A New Era? In: WARD, S.; OWEN, D.; DAVIS, R.; TARAS, D. (orgs.), 2008.

WARD, Stephen; OWEN, Diana; DAVIS, Richard; TARAS, David (eds.). *Making a Difference. A Comparative View of the Role of the Internet in Election Politics*. Lanham, MD. Lexington Books, 2008.

WEBER, Max. *Parlamento e Governo na Alemanha Reordenada: crítica política do funcionalismo e da natureza dos partidos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

WEIBEL, Mauricio. Chile, hegemonía y elecciones. Más allá de medios y política. In: Medios y elecciones en América Latina 2009-2011. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung C3- FES, 2011.

WELLMAN, Barry; QUAN HAASE, Anabel; WITTE, James; HAMPTON, Keith. Does the Internet increase, decrease or supplement social capital? Social Networks, Participation and Community Commitment. *American Behavioral Scientist*, 2001; 45; 436.

WIKLUND, Hans. A Habermasian analysis of the deliberative democratic potential of ICT-enabled services in Swedish municipalities. *New Media Society*, 2005; 7; 701.

WILLCOCKS, Leslie P. Michel Foucault in the social study of ICTs: critique and reappraisal. *Social Science Computer Review*, 2006; 24; 274.

WITSCHGE, Tamara. Online Deliberation: Possibilities of the Internet for Deliberative Democracy. Paper submitted to *Euricom Colloquium Electronic Networks & Democratic Engagement* October 2002. Amsterdam School of Communications Research (ASCoR) University of Amsterdam.

WOJCIK, Stéphanie. How Does eDeliberation work? A Study of French Local Electronic Forums. In: GRÖNLUND, Å.; ANDERSEN, K.; ROSE, J.; AVDIC, A.; HEDSTRÖM, K. (orgs.), *Understanding eParticipation*. Contemporary PhD eParticipation research in Europe, Örebro University Library, 2007.

WOJCIK, Stéphanie. The Three Key Roles of Moderator in Municipal Online Forums. *Politics: Web 2.0: An International Conference*. Royal Holloway, University of London, April 17-18, 2008.

WOLTON, Dominique. *E depois da internet? Para uma teoria crítica dos novos meios de comunicação*. Algés, Portugal: Difel, 2001.

YOUNG, Iris Marion. Comunicação e o outro: além da democracia deliberativa. In: SOUZA, Jessé. *Democracia hoje: novos desafios para a teoria democrática contemporânea*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

ZOVATTO, Daniel. América Latina después del «rally» electoral 2005-2006: algunas tendencias y datos sobresalientes. *Nueva Sociedad*, n. 207, enero-febrero de 2007.

ZUCCO, Cesar. Poor Voters vs. Poor Places: Persisting patterns and recent changes in Brazilian electoral patterns. Seminar: Metropolis and Inequalities, São Paulo, março de 2010.

Websites pesquisados:

<http://www.albertorodriguezsaa.com.ar/>

<http://www.albertorodriguezsaa.com.ar/>

<http://marcopresidente.cl/programa>

<http://www.minhamarina.org.br>

<http://propostaserra.ning.com/>