IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR

Belo Horizonte - Brasil

AT2 - Opinião Pública e Novas Tecnologias

A sociedade em rede e suas razões para o voto: impactos da internet sobre a dimensão sociopolítica

Palavras-chave: tecnologias de informação e comunicação; formação política; eleições.

Danilo Rothberg

Doutor em Sociologia pela UNESP – Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"
Docente do Departamento de Ciências Humanas da FAAC / UNESP. E-mail: danroth@uol.com.br

IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR

AT2 - Opinião Pública e Novas Tecnologias

A sociedade em rede e suas razões para o voto: impactos da internet sobre a dimensão sociopolítica

Danilo Rothberg

Doutor em Sociologia pela UNESP – Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"
Docente do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura,
Artes e Comunicação da UNESP. E-mail: danroth@uol.com.br

Resumo

A trivialização da política operada pelas chamadas mídias de massa ao longo do século 20 foi considerada com freqüência, por analistas provenientes da academia, como um dos fatores responsáveis pela crescente descrença popular na capacidade de os sistemas democráticos reverterem iniqüidades e disseminarem níveis satisfatórios de bem-estar social. A invenção da internet suscitou expectativas diversas em relação à mudança daquele quadro. Alguns viram, na interatividade e nas abordagens de informação arquitetadas por hyperlinks, possibilidades de revitalização da relação entre eleitores e mandatários e aprofundamento dos subsídios para a formação do voto. Outros anteviram que a superficialidade poderia logo tomar o âmbito online da política, ocupando novamente o terreno do debate democrático com banalidades como as preferências musicais e gastronômicas de candidatos. As realizações de partidos políticos e candidaturas na internet têm oscilado entre os dois pólos com avanços e retrocessos que se sucedem com grande rapidez a cada período eleitoral e em configurações distintas em cada país, o que dificulta um diagnóstico abrangente. Este texto analisa as características dos sítios dos candidatos que disputaram o segundo turno das eleições presidenciais no Brasil em 2010 a fim de indicar suas possíveis contribuições à liberdade de informação e estimar suas implicações para a análise das conexões atuais entre a sociedade em rede e suas razões para o voto diante dos impactos da internet sobre a dimensão sociopolítica. De maneira geral, pode-se indicar que as tecnologias de interatividade obscureceram o papel da oferta de informação de qualidade para a formação política e forjaram relações difusas de apoio dos eleitores aos candidatos.

Palavras-chave: tecnologias de informação e comunicação; formação política; eleições.

Introdução

Enquanto os estudos sobre a utilização da internet para o aprofundamento da democracia avançam rapidamente, novos desafios tem despertado reações contraditórias entre os pesquisadores da intersecção entre comunicação, política e opinião pública.

Alguns buscam, com a análise de instrumentos de interatividade e abordagens de informação arquitetadas por hyperlinks e recursos multimídia, confirmar as possibilidades de revitalização da relação entre eleitores e mandatários e aprofundamento dos subsídios para a formação do voto. Outros procuram apurar se a superficialidade estaria ocupando o domínio *online* da política, na forma de opiniões desinformadas que preencheriam o terreno do debate democrático com banalidades.

As realizações de partidos políticos e candidaturas na internet têm oscilado entre os dois pólos com avanços e retrocessos que se sucedem com grande rapidez a cada período eleitoral e em configurações distintas em cada país, o que dificulta fazer um diagnóstico abrangente.

Este texto revisa aspectos teóricos relevantes para as pesquisas da área e apresenta as percepções preliminares de um estudo exploratório das ferramentas de interatividade oferecidas pelas páginas de campanha eleitoral dos candidatos que disputaram o segundo turno das eleições presidenciais no Brasil em 2010. Segundo a hipótese aqui proposta, as características daquelas ferramentas, relacionadas ao modo como a participação foi incentivada e às informações disponíveis para fundamentar a elaboração das mensagens, podem contribuir para gerar comentários mais informados. O estudo realizado apresenta indícios que sugerem a confirmação da hipótese.

Teorizações: internet, política e opinião pública

Atualmente, avoluma-se o esforço de análise do impacto das transformações trazidas pelas novas tecnologias de informação e comunicação para a mediação entre as instituições políticas e os diferentes públicos (Lewis, 2000; Bennet & Entman, 2001; Pajnik, 2005; Curran & Seaton, 2010). De maneira acentuada, embora não consensual, os analistas tendem a saudar as inovações como positivas. O principal efeito das mudanças seria

libertar o indivíduo da condição de receptor passivo da informação e conferir-lhe possibilidades de produção e expressão de conteúdo por meio do domínio de ferramentas simples. A diversidade de linguagens à disposição para uso na comunicação em rede traria a superação dos limites impostos pelo domínio do discurso então usualmente necessário à expressão política. A cultura popular, ao invés de significar um entrave ao engajamento cívico, teria trazido contribuições à politização, quando as pessoas passaram a utilizar procedimentos corriqueiros em suas redes de contatos virtuais para expressar perspectivas que aparentemente envolvem uma compreensão razoável sobre o funcionamento da democracia.

Montagens produzidas em programas de editoração eletrônica, por exemplo, podem combinar personagens diversos em uma mesma cena, e o contraste dali resultante faz referência a dezenas de discursos preexistentes, gerando metáforas e paráfrases provavelmente inacessíveis pela palavra, mas perfeitamente manipuláveis pelo uso de imagens. Vídeos caseiros dialogam com um número impressionante de questões controversas. Um dos casos mais conhecidos que circulou pela internet, um vídeo em que Donald Trump, no contexto de seu programa de TV "O aprendiz", demite George W. Bush por incompetência, conversa com a tese da neutralidade de gestão pública, o predomínio da técnica sobre a política, a profissionalização dos quadros administrativos etc. Já a colagem em que Osama Bin Laden aparece ao lado de um personagem ranzinza de um programa de TV para crianças remete à crítica das supostas justificativas da guerra contra o terror, ao declínio da hegemonia dos Estados Unidos e assim por diante.

Produções caseiras como estas seriam influenciadas pela percepção generalizada de que o foco sisudo do jornalismo tradicional teria perdido grande parte de sua capacidade de atrair o interesse do público e convencê-lo da fidedignidade das notícias. *Talk shows*, com suas piadas e ironias rasteiras, com freqüência tocariam em questões muito mais nevrálgicas que o permitido por telejornais dominados por ideologias corporativas, e tenderiam a reverter a apatia e a encorajar mais profundamente a reflexão e a crítica às insuficiências do processo político, com sua crescente distância entre eleitores e eleitos.

Estes exemplos, detalhados por Jenkins (2009), são saudados com uma revolução no âmbito da política, para a qual a cultura popular teria trazido uma contribuição imprescindível. No contexto do autor, não se problematiza devidamente a expressão "cultura popular". Aqui, sua polissemia também será evitada, com a indicação de que, neste artigo

e aparentemente para Jenkins, prevalece a idéia segundo a qual a cultura popular se constrói como reação, em variados graus de aceitação e rejeição, às indústrias culturais no percurso de uma luta cultural efervescente que se desenvolve através da negociação de significados, segundo Hall (2003), Martín-Barbero (1995; 2003) e Souza (1995).

No âmbito desta acepção de cultura popular, não se considera positiva a trivialização da política advinda, por exemplo, da participação de candidatos e mandatários em programas de variedades na TV, discorrendo sobre suas preferências musicais ou ensinando como fritar uma omelete. Nesta acepção, cultura popular adquire valor operacional positivo como meio de resistência, ao implicar a existência de uma negociação conseqüente de significados, a partir da qual se torna, no mínimo, desconfortável a perturbação trazida pelo entretenimento evasivo das mídias de massa ao sentido da dominação política na sociedade contemporânea.

A produção de sentido que se torna possível com o domínio das novas tecnologias figura aqui como meio de construção de autonomia, em contraposição à passividade lograda ao destinatário pelas mídias tradicionais. Este é um raciocínio controverso. Mas, embora a criticidade e a abrangência do pensamento estimulado pela produção de sentido através das novas mídias ainda sejam objeto de verificação, parece pouco improvável encontrar quem defenda que a passividade absoluta na recepção seria mais eficiente como forma de desenvolvimento de qualidades tidas como necessárias para a vivência democrática, como capacidade de julgamento, análise crítica de conteúdos de fontes variadas, habilidade de reter, combinar e reorganizar conteúdos etc.

O potencial educativo advindo do uso das novas tecnologias contribuiria para a redução das desigualdades de poder resultantes da exclusão cognitiva na atual sociedade em rede, caracterizada por assimetrias postas pela posição dos indivíduos no circuito digital através do qual é exercido o domínio informacional e comunicativo (Castells, 1996; 2009). As redes horizontais são permeadas por hierarquias de posições determinadas por habilidades de aplicação de conhecimentos para resolver novos problemas. À medida que a informação sobre o uso adequado da informação no sistema econômico se torna chave para a ascensão social, a exclusão digital e a conseqüente exclusão cognitiva reforçariam desigualdades de origem, tornando mais difícil a promoção da igualdade via educação formal.

Se o desafio de reduzir iniqüidades pela via da inclusão cognitiva passa necessariamente pela escola, contextos informais construídos pelas novas tecnologias também po-

dem ser capazes de estimular habilidades importantes. Embora muito esteja sendo feito para transformá-la, a escola, tradicionalmente, adota a via unidirecional de transmissão de conhecimento, com os alunos como receptores passivos de informação e conhecimento. Mas do indivíduo imerso em uma sociedade em rede, espera-se o papel de emissor. Para atender os requisitos de habilidades discursivas necessárias à produção e comunicação de sentido de um para um e de um para vários, é preciso desenvolver a reflexão e o pensamento. Neste sentido, o potencial das redes eletrônicas horizontais não deveria ser desprezado, uma vez que elas tornam possível o que Castells (2009, p. 4) designa como "comunicação individual de massa", que tem permitido o crescimento da autonomia dos sujeitos, à medida que eles atuem simultaneamente como emissores e receptores.

Este cenário subjaz ao contexto das campanhas eleitorais, que no Brasil incorporaram, nas eleições presidenciais de 2010, ferramentas para que os eleitores manifestassem suas razões de apoio aos candidatos e preferências a respeito dos variados temas políticos em discussão. Embora os canais disponíveis não tenham se comprometido com qualquer promessa de aproveitamento das mensagens postadas, é natural supor que seus autores tenham se baseado em expectativas mínimas de gerar algum tipo de influência sobre a campanha. Ou seja, um eleitor que postasse suas opiniões sobre, digamos, política de educação não poderia esperar que elas fossem, de alguma forma, levadas em conta pelo candidato. A ferramenta oferecida para possibilitar a expressão de opiniões não especificou, por exemplo, se haveria alguma sistematização das contribuições apresentadas em direção ao seu aproveitamento. Assim, as opiniões teriam sido expressas apenas com base no desejo abstrato de participar mais ativamente da política — em relação, por exemplo, àqueles que participaram apenas como telespectadores do horário gratuito de propaganda eleitoral.

De forma semelhante aos portais de conteúdo diversificado na internet que divulgam notícias e oferecem entretenimento com mecanismos de interatividade para permitir ao usuário dizer qualquer coisa sobre qualquer tema, os sítios dos candidatos à Presidência da República no Brasil em 2010 chamaram os eleitores à interação. Tanto dilma13.com.br quanto serra45.com.br incentivaram os eleitores a participar com sugestões da formulação do que denominaram "propostas" de governo e a explicitar sua motivação para o voto. Com escasso subsídio para orientação e com um incentivo direto para acolher qualquer manifestação, o sistema *online* de serra45.com.br estimulou os eleitores em geral a vocalizar as

razões de sua preferência pelo candidato, o que resultou em elogios que, em vários aspectos, poderiam ser igualmente feitos aos ídolos da cultura de massa.

Isto poderia levar, no Brasil, à corroboração de um prognóstico negativo a respeito do potencial da internet para a realização da democracia digital, em linha com análises pessimistas apresentadas por autores como Hindman (2008) sobre a campanha de Obama à presidência dos Estados Unidos.

Entre outros aspectos, Hindman (2008) detectou que parte significativa dos comentários postados por pessoas supostamente comuns em apoio a Obama era na verdade proveniente de consultores bem posicionados em organizações sociais de sustentação do Partido Democrata e pessoas a eles ligadas em redes sociais na internet. Aplicando-se análise de conteúdo das postagens, foi possível verificar a coincidência entre os comentários e as posições oficiais daquelas organizações. Isso talvez pudesse ser tido como fraude, mas o fato é que uma ferramenta aberta para expressão de conteúdo está sujeita a influências inconfessas.

Nas páginas dos então candidatos Dilma Rousseff e José Serra, também seria possível que comentários de pessoas formalmente vinculadas às candidaturas ganhassem destaque, figurando como opiniões comuns.

A possibilidade de fraude terá que ser deixada de lado aqui, porquanto nosso objetivo seja somente examinar como tem sido explorado o potencial das ferramentas de comunicação empregadas para o aprofundamento democrático no Brasil.

No campo de estudo da deliberação democrática, existe forte tendência de valorizar a expressão política individual e a conversação cotidiana como práticas que antecedem, como pré-requisitos, o desenvolvimento de habilidades comunicativas necessárias a instâncias deliberativas formais, como conselhos de políticas públicas, associações e consultas públicas. O “movimento em direção ao outro” representado pela expressão comunicativa, conforme sintetiza Marques (2009, p. 13), seja ele mediado ou face a face, “valoriza as dimensões reflexivas do uso da linguagem, ou seja, o esforço de considerar a palavra do outro, de interpelá-lo, de convencê-lo e de se deixar persuadir por ele”.

Neste sentido mais amplo e genérico, a deliberação não é somente aquela que ocorre formalmente em circunstâncias legitimadas por regras formais, mas sim é parte de um processo social de maior alcance, que engloba as oportunidades pontuais que os indivíduos venham a ter para manifestar suas perspectivas para os outros. “Sob esse viés, a delibera-

ção pode ser compreendida como uma atividade discursiva capaz de conectar esferas comunicativas formais e informais", e dirigida à "avaliação e compreensão de um problema coletivo ou de uma questão de interesse geral" (Marques, 2009, p. 13).

Se as eleições são uma esfera formal de participação que nem sempre é vista com entusiasmo por muitos, a esfera informal de comunicação pela internet pode servir como instrumento para estimular o interesse pela política formal. Usualmente, tal interesse seria avaliado, pelas ciências sociais, enquanto fonte de motivação para buscar conhecimento específico sobre política, na forma de *informação de diagnóstico*, isto é, a informação capaz de fundamentar análises de diagnóstico de compensações entre os efeitos de políticas públicas, nos aspectos de benefícios esperados e contrapartidas necessárias, com dados sobre antecedentes, alternativas, desafios, demandas, limites, possíveis desdobramentos, prazos, custos de implementação etc (Rothberg, 2009).

Mas este critério de mensuração ainda teria como baliza o âmbito da política formal, que parece motivar cada vez menos pessoas. Se a *informação de diagnóstico* tende a parecer muito árida para a maioria, como reconectar as pessoas comuns à política? Como ponto de chegada, o domínio da *informação de diagnóstico* poderia ser considerado imprescindível. No ponto de partida, o incentivo inicial ao engajamento cívico pode se beneficiar da criatividade na exploração dos recursos trazidos pelas novas tecnologias de informação e comunicação.

Diversos estudos, como o de Silva (1985) e Aldé (2001), indicam que a aparente despolitização dos consumidores de mídia encerra atitudes de inegável disposição crítica. Para as réguas mais clássicas, isso não é suficiente. Para outros, que consideram, por exemplo, que o *reality show* Big Brother possui semelhanças com a política formal (tanto seus competidores quanto os parlamentares se fazem de bonzinhos para conquistar o voto dos telespectadores), é preciso encontrar modos eficientes de reconexão, e a criticidade comumente manifestada pela maioria das pessoas em relação à política é um ponto útil de partida (Coleman, 2003). De forma propositiva, muitos pesquisadores que efetivamente atuam no planejamento de dispositivos de conversação política *online* avançam com base na crença de que não cabe desqualificar sumariamente o pensamento alegadamente desinformado da maioria, como se fosse apenas um empecilho a ser eliminado para a realização da democracia. Ao invés, é urgente produzir meios, com o arsenal trazido pelas novas tec-

nologias, capazes de suscitar a transformação dos modos de envolver os eleitores no debate político e revitalizar a cidadania.

Não se pode pretender, naturalmente, que a mera manifestação isolada de opiniões superficiais sobre determinada proposta de um candidato às eleições seja considerada um embrião adormecido que, se devidamente estimulado, se desenvolverá na forma de deliberação política. Mas também não se pode afirmar que a expressão de perspectivas na página de um candidato na internet seja algo totalmente inócuo para o indivíduo que as expressa e as lê. De qualquer maneira, permanece em aberto como avaliar de maneira rigorosa o papel daquela manifestação de sentido na afirmação do sujeito político.

Pesquisas de confiança política tendem a considerar que atitudes como ler notícias e conversar com amigos sobre política sinalizam engajamento cívico (Moisés, 2005a, 2005b; Moisés & Carneiro, 2008; Inglehart & Welzel, 2009). Nesse sentido, algo que demanda ainda mais iniciativa, como acessar uma determinada página pela internet, escrever uma mensagem de suporte a um candidato e sugestões genéricas ao seu governo pode ser tomado como sinal de politização. Mas poderia ser tomado como índice de aprofundamento da democracia, um avanço em relação ao período anterior à existência das novas tecnologias de informação e comunicação?

Ao passo que medir a compreensão advinda da leitura de notícias de jornais e avaliar o conteúdo da conversação cotidiana são tarefas difíceis de serem operacionalizadas e raramente empreendidas, as mensagens de pessoas comuns postadas na internet são material mais acessível de análise. Mas as ferramentas foram criadas recentemente, por isso seu uso ainda não foi devidamente apreciado.

Haveria, inclusive, uma forma de a própria página de um candidato na internet estimular uma expressão política com mais consistência? Ou seja, ao invés de apenas mensagens de apoio, poderiam ser incentivadas manifestações ponderadas sobre políticas de governo? Segundo a hipótese aqui proposta, as características da ferramenta de interatividade oferecida por uma página de campanha, relacionadas ao modo como a participação é incentivada e às informações disponíveis na própria página para fundamentar a elaboração da mensagem, podem contribuir para gerar comentários informados. Analisando-se de maneira preliminar as páginas das candidaturas de Dilma e Serra nas eleições de 2010, é possível perceber que cada uma delas interagiu de maneira diferenciada com o público, o que provê indícios que sugerem a confirmação da hipótese em questão. Antes de avançar

no estudo empírico exploratório aqui proposto, vale estimar as possibilidades da ferramenta, que poderiam ou não ter servido como parâmetros para os planejadores da comunicação política digital nas eleições de 2010.

Uma página da internet explorada como ferramenta de campanha não deveria se esgotar na simples propaganda, e sim deveria dar subsídios para que os eleitores pudessem refinar suas opiniões. A internet não sofre as limitações do horário gratuito de propaganda eleitoral no rádio e na televisão. Se o potencial de comunicação oferecido pela linguagem da internet é enorme, com hiperlinks, recursos multimídia, tempo e espaço virtualmente ilimitados, os vultosos recursos usualmente captados pelas campanhas dos principais candidatos poderiam bancar abordagens de comunicação sofisticadas, capazes de ampliar o repertório dos eleitores.

As páginas de campanha eleitoral na internet deveriam ser pensadas como os sítios que tem provido lastro para participação em consultas públicas *online* no Reino Unido e na União Européia. Para opinar sobre um tema cotidiano como a mudança de normas de fiscalização do preparo de alimentos em restaurantes, bares e similares, por exemplo, primeiramente o indivíduo é convidado a ler documentos de apoio preparados especialmente para a consulta. Para públicos diferentes, inclusive, há documentos diferenciados. Empresários organizados em suas associações patronais opinam sobre determinados aspectos. O público em geral avalia outros pontos. A participação é permitida através de formulários específicos, nos quais não se pode dizer qualquer coisa, mas sim apenas aquilo que se ajusta à dimensão das questões em consulta (Rothberg, 2008).

Se a direção de uma campanha política julgar vantajoso incentivar, acolher e publicar *online* opiniões dos eleitores em potencial sobre políticas de educação, por exemplo, deveria em primeiro lugar oferecer subsídios para o eleitor saber mais sobre a questão. Se um candidato abre uma seção em sua página de campanha na internet para que seus fiéis eleitores possam fazer propaganda de seus motivos para justificar seu voto, seria natural esperar que as alegadas razões devam se relacionar de alguma forma às propostas do candidato, inclusive na forma com que elas se apresentem na mesma página. Caso contrário, que sentido haveria em apresentar propostas em uma página de campanha, se nem os depoimentos dos próprios eleitores que ali figuram fizerem referências a elas?

A divisão por temas deve ser apropriada tanto para a oferta de informações sobre as propostas do candidato quanto para o acolhimento das opiniões de eleitores. Em tese, sina-

lizar ao eleitor que a discussão deve ocorrer em torno de determinada temática já deve ser um incentivo à manifestação de perspectivas ancoradas em análises mais objetivas dos problemas comuns a serem enfrentados pelo futuro governo. O contrário também parece provável: abrir o microfone *online* sem critério anunciado representaria um convite a manifestações aleatórias, sem conteúdo específico e com menor potencial de esclarecimento sobre as razões que teriam levado seu autor a endossar determinado ponto de vista.

Fazer estas recomendações genéricas não implica ignorar que os administradores da página do candidato podem editar os comentários recebidos e até optar por não publicar determinadas opiniões, porquanto muito vagas, a fim de reorganizar a aparência do debate e conferir mais coerência à propaganda eleitoral de um candidato, distinguindo-o dos outros. De qualquer forma, as chances de um trabalho inteligente de incentivo e suporte à expressão de perspectivas informadas ser substituído por uma operação plástica de edição de conteúdos é algo também a ser apurado por pesquisas.

No campo da edição, inclusive, as possibilidades são muitas. Os serviços de notícias *online* tem experimentado vários caminhos. Os comentários às notícias podem ser ordenados por ordem cronológica, agrupados por temáticas ou listados por ordem de popularidade. Este último recurso exige um dispositivo para que os leitores possam indicar um comentário como expressivo a respeito de sua própria posição. A participação, neste caso, pode se resumir ao pequeno gesto de eleger determinado comentário por seu poder explicativo, capacidade de representação de opiniões supostamente esclarecedoras ou importantes etc. Ou seja, nesse caso não é necessária, ao usuário da informação, a expressão efetiva por meio de uma construção discursiva individual. Basta ler os comentários disponíveis e escolher um ou mais que lhe pareçam mais representativos, empregando um procedimento *online* para “votar” naquelas opiniões.

Alguns cientistas sociais que atuam no campo de pesquisa da democracia digital tem considerado as atitudes de ler notícias pela internet, “votar” em comentários a respeito delas e acompanhar discussões *online* como algo surpreendentemente cívico, que ao dispensar o domínio do discurso permite que indivíduos antes talvez apáticos se coloquem dispostos a participar da conversação cotidiana da política, ou ao menos estarem atentos ao que se passa, vencendo a apatia e a condição deletéria de manter-se alienado da política (Wright & Street, 2007; Coleman & Blumler, 2009). Também tem sido apontado que a troca de posicionamentos pela internet poderia assumir um papel relevante na criação de capital

social, a qualidade proveniente de relacionamentos sociais cooperativos que estimulam o fortalecimento dos direitos de cidadania em coletividades que situam a participação popular como prioridade nos processos democráticos de formulação, execução e fiscalização de políticas públicas (Putnam, 1995; Coleman, 1998; Coleman & Götze, 2002; Marteleto & Silva, 2004; Fialho, 2008; Furlanetto, 2008).

Não se trata de adotar um otimismo impossível de ser corroborado empiricamente. Não raro, alguns comentários revelam intolerância, torpeza e, eventualmente, racismo velado. Mas esses tendem a ser contestados publicamente ou ao menos rejeitados em sistemas nos quais os usuários possam eleger seus comentários preferidos, o que já indica a disposição do público em concordar com a permanência dos meios democráticos para a solução de conflitos.

Afirmações levianas e irônicas podem semear discórdia e conflitos na conversação sobre política na internet, facilitados por anonimato e ausência de interação face a face. Observadores exigentes muitas vezes enxergam ali impasses nada promissores, a serem devidamente enfrentados por recursos tecnológicos criativos, a fim de que a internet possa efetivamente contribuir para a expansão da esfera pública (Dahlberg, 2001a ; 2001b). Mas se um tal cenário de desentendimento ofusca as promessas de reforma democrática pela via deliberativa idealizada por autores como Fishkin (1991), ao menos tem sido apontado que a disposição de engajamento em debates virtuais não pode ser menosprezada como indicador de vitalidade democrática, em contraposição à apatia política. Isto deve autorizar uma releitura otimista de Rawls e sua teoria de justiça como eqüidade, especialmente o "fato do pluralismo", para o caso da conversação *online* (Rawls, 2000; Gimmler, 2001; Rothberg, 2010).

Segundo este conceito, não seria razoável manter expectativas de uma eventual adesão irrestrita a valores universais. O pluralismo de visões é um fato da democracia, e não seria possível obter uma reconciliação absoluta. Seria necessário, apenas, um consenso a respeito de posicionamentos sobre as instituições políticas que serão tidas como mais adequadas para administrar divergências. Ou seja, se as divergências são inevitáveis, deve ao menos haver concordância a respeito dos meios pelos quais elas serão negociadas para chegarem a um termo aceitável. Deve haver consonância a respeito das instituições políticas escolhidas para produção do consenso, ainda que frágil, temporário e circunstancial. Se a via democrática é escolhida, renuncia-se ao uso da força e passa-se a discutir como in-

fluenciar os agentes eleitos para ocupar posições criadas e mantidas por procedimentos democráticos. Os indivíduos podem entrar em desavença em torno do encaminhamento de determinada política por um governo, mas devem concordar que a linha de ação a ser adotada deve ser decidida por vias democráticas, sem recurso a qualquer autoridade ilegítima. Quando expressam suas posições, ainda que aparentemente descabidas e sem fundamento ao analista mais exigente, concordam que a troca de idéias e de argumentos persuasivos é o substrato da negociação política que se encontra na base da busca coletiva por bem-estar social.

As implicações do fato do pluralismo para a conversação *online* tem sido saudadas como positivas, uma vez que as tecnologias dariam suporte à criação de novos canais para a expressão de idéias, argumentos e informações em busca de consensos circunstanciais em torno de políticas determinadas. Haveria mais acordo sobre os meios comuns de obtenção de consenso, e mais oportunidades para usá-los em diferentes conjunturas. Isto coloca a necessidade de pesquisas sobre as inovações capazes de incentivar manifestações mais informadas e ponderadas. Adiante, serão oferecidas como contribuição a essa linha de investigação as percepções preliminares de um estudo exploratório das características empregadas pelas páginas dos candidatos à Presidência da República no segundo turno das eleições de 2010, Dilma Rousseff (eleita) e José Serra, para incentivar e acolher mensagens de eleitores.

Os candidatos e a internet: estudo exploratório

A ferramenta central de interatividade oferecida pela página da campanha do candidato José Serra à Presidência da República esteve na seção de seu sítio serra45.com.br intitulada “declare seu voto”, na qual os eleitores foram convidados a esclarecer os motivos pelos quais pretendiam votar no candidato. Para enviar uma mensagem, foi necessário informar apenas nome e endereço eletrônico.

A página de campanha de Serra foi extinta logo após o fim da apuração que resultou na eleição de Dilma Rousseff, com 55,7 milhões de votos, à frente de Serra, com 43,7 milhões de votos.

Um total de 337 comentários estava postado no último dia útil antes do segundo turno das eleições, realizado em 31 de outubro de 2010. A extensão das mensagens varia entre

80 e 350 caracteres (com espaços), aproximadamente. Um estudo exploratório preliminar da amostra sugere uma classificação possível para as razões de intenção de voto ali expostas, com ao menos cinco categorias: a) qualidades morais (honestidade, integridade, caráter, ética etc); b) competência executiva (seriedade, eficiência etc); c) biografia e realizações anteriores (incluindo menções ao PSDB e seus mandatários anteriores, principalmente o ex-presidente da República Fernando Henrique Cardoso, mas sem referência a realizações específicas); d) oposição à Dilma e ao PT (segundo os comentários, Serra mereceria o voto porque se diferenciaria dos opositores, ou porque as realizações do governo de Lula somente teriam sido possíveis em função das alegadas conquistas de FHC); e) vago (apenas a preferência foi declarada, sem exposição de motivos).

Embora muitas mensagens contenham elementos que permitiriam a classificação simultânea em mais de uma categoria, optou-se aqui por classificá-las em categorias únicas, de acordo com o aspecto mais saliente no conjunto.

No âmbito da categoria “a” (qualidades morais), estão comentários como os que seguem (aqui transcritos, assim como os classificados nas demais categorias, na forma como foram postados, com erros de gramática, digitação etc):

> SERRA Estamos todos torcendo por ti, vamos com fé, que se Deus quiser você entra e representa o Brasil como ele merece, com muita honestidade e inteligência. e vaaaaaaalo láá gente

> Quero deixar aqui registrado meu apoio a candidatura do nosso Presidente José Serra, o Brasil precisa de um homem íntegro e honesto como Serra para ir para frente e avançar!Rogo que Nossa Senhora Aparecida, padroeira do Brasil inspire seus filhos brasileiros para escolherm o melhor no dia 31!!!Agora é Serra Presidente do Brasil

> Quando o ser humano tem poder em suas mãos, ele mostra, inevitavelmente, o que realmente é, sua bagagem, sua ideologia. Podemos ter confiança que José Serra terá coisas boas para mostrar, pois é humano, sereno e ético. E isso não sou eu que digo, é sua história que comprova. A história de uma pessoa é seu cartão postal. Avante, Serra!!

> Serra estamos com vc,torcendo por vc,e lutando pra ganhar votos,vc sim merece uma oportunidade,é um homem de bem,de valor,e vai fazer do Brasil um país melhor,minha familia estamos lutando por vc aqui,no que depender de nós vc já esta eleito!

A aparente empolgação expressa em comentários da categoria “a” se relaciona a uma devoção ao candidato, manifesta inclusive com citações ao poder individual, à bondade humana, santos e divindades. A política perde seus atributos de construção social para as-

sumir uma dimensão extraterrena, habitada por personagens motivados por simbolismos mistificados.

Classificadas na categoria “b” (competência executiva), estão mensagens como estas:

> Meu voto é para o Serra, porque reconheço sua tremenda capacidade!!! Creio que fará uma excelente administração mostrando uma política progressista caracterizada pela sua eficiência! Ele faz sua própria campanha, principalmente em relação à sua grande experiência. Sem dúvidas, Serra para presidente!!!

> eu voto no serra por ele ter mais copetencia para governar nosso pais. serra sempre serra

> Eu e minha familia queremos o melhor para o Brasil e é por esse e outros motivos que votamos em você Serra, pois você é o mais preparado todos juntos com Serra Presidente... 45

> Acabei de ver a sua propaganda na TV, dom. 10/10/10, às 13:15. Fiquei muito satisfeito com a sua estratégia, ela revela clareza, objetividade e inteligência, elementos necessários para um governante ter sucesso. Eu sempre votei no PSDB, pois é a certeza de que o Brasil não pode ser pautado por baixo, ele deve ser planejado para cima. Obrigado.

> Só com Serra poderemos acordar um gigante adormecido. Precisamos de Serra para liderar para termos um crescimento consciente e verdadeiro, longe de mentiras, Só Serra tem competencia para isso.

> O Serra possui uma visao ampla de Brasil, nao se restringe a poucos trocados de bolsa-familia... visualiza mais do que uma bolsa-muleta do Lula, enxerga longe... ele possui uma bagagem cheia de Historia, Sucesso e Realizacoes em nome da Etica, Qualidade de Vida e a Esperanca de podermos ainda nos orgulhar e dizer Serra eh nosso Presidente !!!!!!!!

> Estou com SERRA, na minha cidade estamos realizando uma imensa mobilização voluntaria a favor do SERRA porque sabemos que o BRASIL pode mais e o SERRA é a pessoa mais preparada para isso. SERRA É DO BEM. 45

Os comentários que podem ser classificados na categoria “b” fazem referência a uma competência executiva genericamente esboçada, sem menções objetivas a fatos que justifiquem a valorização daquelas qualidades. A idealização das capacidades do candidato parece ser o fator central da alegada motivação para o voto no âmbito da categoria “b”.

A categoria “c” (realizações anteriores) inclui estas mensagens:

> Serra sem duvida nenhuma é o candidato mais preparado por causa de sua biografia é por tudo que já fez como deputado, senador,ministro do planejamento e saúde do FHC, prefeito e governador de São Paulo. Serra Avaré e o Brasil estão com voce. Agora é Serra 45.

> Tenho 17 anos é a primeira vez que estou votando, decidi apoiar sua candidatura pelo seu bom desempenho realizado em sua carreira política. Desejo que você, agora passa realizar o seu trabalho como nosso presidente. Sucesso

> Serra para mim é hoje um dos maiores políticos do Brasil! está, inclusive, além de partidos, sua tragetória se faz por si só!! são 40 anos de trabalho coerente! Boa sorte gerreiro!!

A categoria “c” compreende menções genéricas à biografia de Serra, de seu partido e mandatários anteriores, sem referências objetivas a fatos que envolvam realizações anteriores. A ausência de conteúdo mais específico poderia levar à classificação de comentários como estes na categoria “e” (vago), mas acredita-se aqui que, embora os autores destas mensagens não tenham apresentado informações substantivas ligadas à sua alegada motivação para o voto, ao menos se esforçaram para justificar sua escolha com base em referências supostamente razoáveis, como aquelas ligadas ao passado do candidato.

Dentro da categoria “d” (oposição à Dilma e ao PT), poderiam ser classificadas mensagens como estas:

> O governo FHC foi um dos melhores que ja houve nesse país. Ele colocou o Brasil nos trilhos. Se não, estaríamos até hoje com inflação de 200% e economia falida. Serra não fica falando do governo FHC porque sua campanha baseia-se em SUAS ações. Ao contrário de dilma, que só cita o governo lula porque não tem nada de sua autoria para mostrar.

> SUGESTÃO: Comentar sobre a inflação herdada pelo FHC, que era em torno de 1.300% ao ano, e que foi entregue para o governo LULA com a inflação em torno de 12% ao ano. Então, não é justo que Dilma fale mal do governo FHC. Afinal, a casa foi arrumada para o governo atual. Tal governo poderia ter feito muito mais nesses 8 anos. Ñ acham? Abraços

> Está na hora de mostrar as máscaras da Dilma pra esse povo, está cara que ela quer uma campanha menos agressiva porque ela tem muita coisa escondida enquanto tenho certeza que você tem a ficha limpa, não há nada a perder.

> Não aguento mais esse governo que faz o povo votar em troca de uma bolsa qualquer, ou porque o candidatozinho é popular. Chega de pessoas sem preparo governando nosso Pais. SERRA PRESIDENTE.

> Voto no serra,para que o Brasil saia desse marasmo e destas mentiras do PT.Queira Deus que o povo Brasileiro saiba votar em alguém que tem compromisso com o Brasil.esse alguém é o JOSÉ SERRA 45.

> Voto no SERRA 45, para tirar do Brasil, esse ar de que a coisa está bem. Mas, não está. O dolar desvalorizado, o sub emprego sendo incentivado e a corrupção tomando conta. a Li-

> berdade da imprensa sendo serciada, os valores da família sendo destruído por atos políticos e leis.A educação é a solução para todos, o 45 é o caminho.

A percepção dos argumentos do confronto entre os candidatos subjaz ao teor dos comentários que poderiam ser classificados na categoria “d”. As mensagens endossam a agressividade eventualmente presente na campanha eleitoral, chamando pra si a alegada racionalidade dos ataques discursivos entre os candidatos, na tentativa de conferir credibilidade a eles com a contribuição de impressões pessoais que supostamente confirmariam a veracidade dos argumentos em jogo.

Por fim, na categoria “e” (vago) estão mensagens como as apresentadas a seguir:

> Acelera Brasil, Acelera acelera com Serraaa!!! Vamos juntos mudar esse Brasil!!!

> Aqui no Nordeste eu sei que meu "Padrim Padre Cicero" vai acompanhar Serra rumo a vitória para o bem de todo povo nordestino e brasileiro.

> oo Serra é o cara, please! votem nele que vcs vão ver a mudança acontecer, eu sou mãe e não sou a favor do aborto! VOTE 45 .. SERRA EU TE AMOO

> adoro serra

> tenho um irmao de 2 anos , que é seu fã, a jente pergunta pra ele " pra quem voce vai votar ? " ele responde : serra ! tem algum jeito de eu te enviar esse video dele, email, orkut , etc ?

> SERRA!!! ACABA COM ELES!!! É minha primeira eleição, apoio você desde criança, Te defendo nos barracos e faço campanha indireta pra você!! ehuehheh Vai lá e acaba com eles! TÁ NA HORA DA VIRADA!!! UHUUUUUUL EU VOTO SERRA.

A empatia expressa em mensagens da categoria “e” pode ser analisada de várias formas. Provavelmente, em primeiro lugar destaca-se a semelhança entre estes comentários e aqueles usualmente feitos em relação a personagens idealizados da cultura de massa como jogadores de futebol e artistas de televisão. Mas não se pode ignorar que outra leitura é possível, aquela que reconhece a disposição de participar da política com a expectativa de que um comentário assim motivado poderia influenciar positivamente outras pessoas.

Ao mesmo tempo em que permitiriam a classificação em uma das cinco categorias propostas acima, muitos comentários combinaram alegadas motivações de voto e sugestões genéricas ao candidato, como estes:

> Serra o trabalho de formiguinha, esta aprecendo agora. O Senhor está crescendo nas pesquisas e vai ganhar. Em relação a Educação, sugiro a inclusão de ações que possam valorizar o professor, principalmente financeiramente, com uma política nacional. Vamos fazer a verdadeira diferença. Valorize o professor.

> Estou feliz com seu crescimento nas pesquisas. Acredito na vitória. Sugiro uma ação com propostas para o funcionalismo público, especialmente para brasília, pois conheço muitas pessoas que estão com medo de votar em josé Serra e não ser bom para o funcionário público, com por exemplo cortes de salários e benefícios atuais.

> Estamos trabalhando intensamente a seu favor. Sugiro a vossa excelência focar o tema sobre a vinda de drogas da Bolívia para o Brasil, um dos grandes anseios dos seus eleitores, como eu.

Em geral, não houve indicações mais substantivas de políticas julgadas adequadas a um eventual futuro governo. O rastreamento das temáticas presentes nestas mensagens poderia ser útil, no entanto, para revelar aspectos que tenham se tornado mais salientes no curso da campanha, o que poderia vir a se constituir um indicador do poder de formação de agenda exercido pelas variadas fontes de informação atuantes no período, como o jornalismo industrial e o horário gratuito de propaganda eleitoral no rádio e na televisão.

Para além de uma apreciação que considere apenas a ausência de comentários mais refletidos e aprofundados, é forçoso reconhecer que as mensagens postadas em serra45.com.br podem representar uma forma de engajamento cívico manifestado pela internet ainda não devidamente estudado pelas ciências sociais. Ao passo que as categorias de análise propostas acima representam um meio de caracterizar o conteúdo das mensagens, não permitem saber mais sobre o papel que tiveram para seus autores na superação, ainda que frágil e circunstancial, da indiferença em relação à política. Aparentemente, os indivíduos que se preocuparam em acessar a página e escrever manifestações de apoio demonstraram algum engajamento, ainda que suas alegadas motivações de voto, da forma como se apresentam, eventualmente se assemelham em alguns aspectos a expressões de simpatia a ídolos da cultura de massa.

A interatividade possibilitada pela página de campanha de José Serra teria desencadeado uma forma de participação na política repleta de contradições. Ao mesmo tempo em

que indica um esforço dos autores das mensagens postadas para tentar influenciar os outros, revela um notável desconhecimento dos atributos propriamente políticos de uma decisão de voto, ligados à gestão de políticas públicas na forma da *informação de diagnóstico*.

É possível sustentar que o formato da ferramenta empregada pela página de campanha de Serra teria um papel na determinação dos resultados de seu uso pelos eleitores em geral. O convite à participação dos usuários foi colocado sem qualquer critério. Incentivou-se a expressão espontânea de quaisquer mensagens que justificassem a "declaração de voto" no candidato. E, principalmente, não é descabido estimar que uma das fontes de informação à qual os usuários poderiam recorrer para fundamentar suas alegadas razões de voto seria, afinal, a própria página de campanha. E o fato é que eles não encontrariam ali muitos subsídios para refletir sobre sua motivação ao escolher o candidato.

A página conteve uma seção denominada "propostas", na qual foram publicadas colocações genéricas, que dificilmente teriam sido úteis para que os eleitores refinassem suas razões de voto. Embora não seja objetivo do presente trabalho analisar o que foi apresentado ali como "propostas", é pertinente apontar que em geral seu conteúdo tendeu a ser bastante limitado. Os planejadores da página demonstraram a preocupação de reunir as "propostas" em 26 temas, a saber (aqui apresentados da forma como foram ali dispostos): agricultura e pecuária; aposentados; combate à desigualdade; cultura; democracia digital; direitos humanos; drogas; economia e desenvolvimento; educação; esporte; gestão pública; habitação; indústria; infância; infraestrutura; juventude; meio ambiente; mulheres; pessoas com deficiência; política externa; reforma política; saneamento básico; saúde; segurança; servidor público; transporte público. Mas as colocações presentes sob cada tema raramente foram além de breves enunciações como "combater a violência no campo", "investir em pesquisa e tecnologia", "expandir o número de creches no Brasil todo" e "modernizar aeroportos".

A seção de propostas ainda contou com vídeos, em sua maioria trechos do programa exibido no horário gratuito de propaganda eleitoral na televisão e de manifestações de Serra em público. O uso dos primeiros indica a subutilização dos recursos da internet, já que sua produção ocorreu dentro dos limites de tempo da propaganda na TV, inexistentes na rede. Já o segundo recurso implica a reprodução de afirmações que, colocadas com o improviso e a superficialidade típicos da expressão no formato de comício eleitoral, dificilmente teriam conteúdo mais abrangente.

Se as próprias “propostas” foram assim caracterizadas pela página de campanha de José Serra, é plausível assumir que as mensagens tenham sido postadas com atributos semelhantes. A hipótese de que a ferramenta de interatividade oferecida por uma página de campanha e o contexto ao qual ela é referenciada obtém, deste estudo exploratório preliminar, indícios que podem sugerir sua confirmação.

O âmbito da utilização da ferramenta de interatividade oferecida pela página de campanha de Dilma Rousseff apresentou características diferenciadas, que trazem outros indicadores para a hipótese em questão.

A página de campanha de Dilma continuava disponível no momento em que este artigo foi concluído (março de 2011), por isso os links para os conteúdos aqui comentados são informados em notas finais.

Os comentários postados através da ferramenta de interatividade oferecida por dilma13.com.br estiveram em seção da página inicialmente denominada, em seu menu principal, como “programa de governo[1]”. Mas, ao clicar sobre este link, o usuário foi levado à seção intitulada “propostas”, com quatro subdivisões: apresentação[2]; temas[3]; contatos[4]; quero participar[5].

Segundo a apresentação, a “elaboração do Programa de Governo de Dilma Rousseff” estaria em um “momento importante, de participação e debate”, e por isso teria sido oferecida uma “página eletrônica da Comissão de Programa de Governo da Coligação, com o propósito de garantir espaço para uma ampla discussão e receber contribuições sobre temas gerais e setoriais”.

Contavam-se 15 temas propostos, mas também houve mais sob um link denominado “outros”. Para ler as mensagens postadas, o usuário deveria escolher um dos 16 links, acessando os comentários abrigados por temáticas específicas. Para enviar uma mensagem, o usuário deveria acessar, através do link “como participar”, uma página de cadastro que exigiu, como campos de preenchimento obrigatório, além do conteúdo da mensagem, nome, sobrenome, endereço eletrônico, cidade e estado, além da seleção de um dos 16 temas (incluindo “outros”) ao qual a mensagem seria relacionada. Opcionalmente, poderia ser informado número de telefone.

Os temas listados são estes, aqui apresentados da maneira como foram grafados na página (o número entre parênteses representa a quantidade de mensagens postadas sobre cada tema): agrária (5 mensagens); ciência e tecnologia (10); cidades (7); combate ao ra-

cismo (10); cultura (4); direitos humanos (3); economia solidária (4); educação (10); juventude (4); meio ambiente (10); mulheres (3); política industrial (3); políticas sociais (10); saúde (10); segurança (10); outros (10).

Sob o link “contatos”, estiveram apenas os nomes dos ocupantes da “Coordenação Geral do Programa de Governo” e da “Coordenação Executiva do Programa de Governo”, com um endereço eletrônico para envio de mensagens a eles.

As mensagens postadas através dessa ferramenta são, em sua maioria, de autoria individual e variaram entre 65 e 9 mil caracteres (com espaços), aproximadamente, embora se encontre uma única mensagem de setor interno ao próprio partido, denominada “Propostas da Setorial de Economia Solidária do PT para o tema à Coordenação Nacional do Programa de Governo do PT”, com 13 mil caracteres.

No último dia útil antes da realização do segundo turno de votação, contavam-se 114 mensagens postadas em dilma13.com.br.

Quatro das 16 subdivisões temáticas contiveram, no fim de cada página, um link para o que foi apresentado como “propostas” para a área. Para a temática de ciência e tecnologia, o link conduziu a um documento em pdf intitulado “Proposta para o Programa de Governo (*em*) Ciência, Tecnologia e Inovação” com 20 páginas; sobre educação, o link conduziu a um documento em pdf com 22 páginas; sobre juventude, um documento em pdf com 14 páginas; sobre meio ambiente, um documento em pdf com 13 páginas.

Houve, também uma seção em dilma13.com.br denominada “realizações”[6], na qual informações abrangentes estiveram disponíveis em formato atraente, com gráficos animados, vídeos preparados especialmente para a página com depoimentos de pessoas beneficiadas por políticas do governo de Lula etc. Esta seção constitui extenso material a ser avaliado por pesquisas futuras. Em serra45.com.br, não foi possível identificar seção semelhante.

As características da página de campanha de Dilma Rousseff relacionadas ao modo com que foi incentivado o envio de mensagens por eleitores geraram resultados muito diferentes daqueles obtidos através do sistema aberto de recepção de comentários adotado pela página de campanha de José Serra. As diferenças inviabilizam o estudo das mensagens postadas em dilma13.com.br com a mesma categorização empregada para o estudo das mensagens postadas em serra45.com.br.

O estudo exploratório preliminar da página de campanha de Dilma indica que, entre as 114 mensagens ali existentes, praticamente não houve comentários que se referissem estritamente aos aspectos envolvidos nas categorias aqui utilizadas para a análise das mensagens postadas por eleitores de Serra (qualidades morais; competência executiva; biografia e realizações anteriores; oposição aos adversários; vago). Há nas mensagens da página de campanha de Dilma, eventualmente, elementos que fazem referências a estes aspectos. Mas os comentários não se esgotam aí e discutem pontos específicos das políticas relacionadas, como estes:

> Olá Candidata Dilma, primeiramente quero lhe parabenizar pelos trabalhos realizados junto ao Governo LULA, podemos afirmar que o Brasil mudou para melhor, hoje posso dizer que moro num país desenvolvido e cada vez capaz de aumentar a cada dia seu potencial. Tudo isso graças ao seu trabalho árduo untamente com o Governo LULA. Muito Obrigada. Em relação a Agricultura e Pecuária, nunca se viu neste país nos últimos anos, tanto apoio ao agricultor familiar e homem do campo, nunca se viu tanto crédito que beneficia o mesmo, facilitando em seu trabalho, evitando assim o êxodo rural. Minha Sugestão é que no Ceará deveria ter mais apoio a Assistência Técnica e Extensão Rural, pois existem muitos técnicos agricolas á disposição dos agricultores, deve ser criada uma verdadeira política para a Assistencia Técnica e Extensão Rural. Pois a mesma encontra-se carente e sem apoio, prejudicando assim, os agricultores familiares. Temos como referência, o Programa Agente Rural, que leva tecnologia aos agricultores, mas o mesmo se encontra em péssima situação e deve ser fortalecido. Então Minhas sugestões são: _ Dar Continuidade ao Programa de Crédito Rural _ Fortalecer o Programa Agente Rural _ Aumentar o número de técnicos em agropecuária em relação a assistencia técnica e extensão rural para os assentados pela reforma agrária (INCRA) Só assim os produtores rurais poderão confiar em um trabalho mais eficiente e auxiliar aos mesmos. Sem mais Muito Obrigada pela atenção

> Olá, Gostaria de contribuir na dissiminação do Software Livre em nosso pais, principalmente na região do vale do são francisco.
> Vejo como uma alternativa e solução para a economia nos órgãos públicos municipal, estadual e federal. Sou funcionário público municipal numa faculdade publica de petrolina. Sei que somente com Dilma como presidente isso é capaz de acontecer. Vamos libertar o Brasil, essa é a hora de sermos uma nação conhecida pelo seu alto grau de conhecimento tecnologico.
> Não precisamos investir em em mentes de fora. Aqui somos capazes de tudo, basta nos dar oportunidades e condições. Abraços a todos!

> Sugiro a Criação do Mapa do Serviço Público Municipal, onde as cidades serão mapeadas com todos os serviços prestados, nos quais teremos as informações de forma atualizada, sobre cada serviço, sendo mais um instrumento fiscalizador e conferindo uma maior transparência à Administração Pública, bem como cada cidadão passará a conhecer e acompanhar melhor os gastos, investimento e serviços prestados em sua Cidade.

> O nosso pais ainda conta com muita desigualdade é uma delas é repartição dos recursos uma vez que a união fica com 60% e os pobres municipios que a cada dia passa a ter mais responsabilidades como fica a sua situação? com essa drealidade gostaria de ver nas propostas de nossa candidata o compromisso de aumentar o percentual dos municipios para

> pelomenos 30% do bolo da arecadação pois sabemos que é no municipio que de fato as coisas acontecem.

> Acredito ser muito interessante abrir o debate público sobre alteração constitucional para liberar os cassinos na região nordeste, como indutor de desenvolvimento regional e geração de empregos. Interessante seria taxar as operações das atividades de azar com taxas a serem canalizadas totalmente para o combate à fome e a pobreza. Afinal, joga quem quer...mas só trabalha quem tem oportunidades na sua região. Temos uma dívida com o nordeste, que o Lula tem trabalhado para dirimir. Mas ainda falta muito à ser feito, e essa é uma boa alternativa: emprego, turismo, investimentos e impostos para combater fome e pobreza. Uma "Las Vegas" no nordeste?? Seria lindo!

A despeito da impossibilidade de se analisar aqui a precisão dos argumentos apresentados em mensagens como estas, é forçoso reconhecer que seus autores parecem possuir dados típicos da *informação de diagnóstico* sobre políticas públicas, relacionados a benefícios esperados e contrapartidas necessárias, antecedentes, alternativas, meios de implementação etc.

E, surpreendentemente, é possível encontrar críticas ao governo de Lula. Isto pode contribuir para conferir, diante dos eleitores que acessam a página, mais credibilidade à ferramenta de interatividade, ao fazê-la parecer um retrato mais autêntico da realidade diversificada das opiniões sobre o desempenho de governantes, que em geral combinam a apreciação de méritos e deméritos, como nestas mensagens:

> Querida Dilma, eu gostaria muito que você entregasse as peças brasileiras da Estação Espacial Internacional e fortalecesse mais o nosso Programa Espacial Brasileiro. O Brasil está no projeto da ISS há 13 anos e até hoje não entregou NENHUMA peça! Meu sonho é ser uma grande astronauta e quero ver o nosso programa espacial forte e fazendo bonito lá fora. Um abraço para você e, se DEUS quiser, você será a nossa 1ª Madame Presidente!!!

> Queria que a futura presidente do Brasil olhasse com carinho para a alta taxa de imposto para os produtos eletrônicos e jogos, que ela crie meios de atração para que fabricas de bens desse tipos venham para o Brasil. Espero que você Dilma olhe esse lado, por que infelizmente o presidente Lula não deu atenção e tampouco o congresso nacional. Um Abraço. Te dou esse voto de confiança.

Aparentemente, as críticas admitidas à página de campanha de Dilma poderiam ter contribuído para tornar mais realista o debate *online*, com sua inevitável coexistência de comentários positivos e negativos sobre políticas, e assim terem favorecido a leitura da página por um público mais habituado à dimensão da *informação de diagnóstico*. Isto, por sua vez, poderia ter estimulado o envio de mensagens por indivíduos mais qualificados a escre-

ver comentários que, de alguma forma, contiveram avaliações mais objetivas dos desafios colocados ao país atualmente.

Permanecem em aberto as explicações sobre por que parecem mais informados os comentários advindos da ferramenta de interatividade oferecida pela página de campanha de Dilma, em relação ao instrumento disponível na página de campanha de Serra.

Não se pode ignorar a possibilidade, em primeiro lugar, de que mensagens informadas tenham sido encomendadas. Pode, inclusive, ter sido esse o caso no comentário denominado “Propostas da Setorial de Economia Solidária do PT para o tema à Coordenação Nacional do Programa de Governo do PT”, provavelmente a mais longa mensagem entre as 114 postadas. Mas não há evidências de que isso tenha ocorrido no conjunto da amostra, de maneira que essa explicação deve ser provisoriamente deixada de lado, até que pesquisas de campo e entrevistas com os responsáveis pela comunicação digital dos candidatos esclareçam a dinâmica de elaboração das páginas.

Outra maneira de apreciar a diferença em questão é considerar possíveis relações entre inclinação eleitoral, hábitos de uso de internet e habilidades discursivas. Segundo uma hipótese de difícil verificação, o voto em determinado candidato seria acompanhado com mais probabilidade por determinados hábitos de uso de internet, níveis de informação sobre política e capacidades expressivas. Embora a magnitude dos dados a serem apurados neste caso talvez inviabilize investigações nesse sentido, deveria ser encorajada a busca por desenhos de pesquisa capazes de captar aspectos daquelas relações.

A via de explicação aqui proposta das diferenças entre as mensagens postadas nas páginas de campanha de Dilma e Serra se relaciona ao desenho e ao contexto *online* de inserção das ferramentas de interatividade empregadas em cada caso. Dilma13.com.br estimulou o envio de mensagens focadas em temáticas específicas e ofereceu informações abrangentes que poderiam servir como subsídio para a avaliação de questões relacionadas, o que pode ter sido importante para gerar comentários relativamente informados. Serra45.com.br incentivou o envio de mensagens genéricas sob o título “declare seu voto” e ofereceu colocações superficiais enunciadas como “propostas”, o que pode ter estimulado o envio de vagos comentários.

Conclusões e recomendações

Este artigo sustentou a hipótese de que as ferramentas de interatividade oferecidas por páginas de campanha eleitoral na internet podem, ao adotar formatos diferenciados, incentivar a expressão de mensagens de caráter distinto.

Se a postagem de comentários for incentivada sem critérios para a expressão de posicionamentos e não houver informações, na própria página, que possam dar sustentação à expressão de apreciações mais informadas sobre as políticas propostas pelo candidato, o resultado provável surgiria na forma de mensagens que denotam menor poder de esclarecimento dos dilemas atualmente enfrentados pela formulação e execução de políticas públicas. As mensagens tenderiam a apresentar elementos de um debate superficial, como menções às qualidades morais e competências executivas genéricas do candidato, sem referências aos atributos propriamente políticos envolvidos na gestão pública.

Já se a postagem de comentários for incentivada por critérios específicos, que orientam os indivíduos a expressar perspectivas sobre determinadas temáticas, e houver informações abrangentes, na própria página, sobre aquelas temáticas, as mensagens se apresentariam melhor informadas, com referências objetivas e dados típicos da dimensão política proporcionada pela *informação de diagnóstico*.

O estudo exploratório preliminar aqui descrito trouxe indicações que sugerem a confirmação daquela hipótese, embora a variedade de explicações possíveis para a ocorrência do fenômeno analisado imponha a necessidade de mais pesquisas para se chegar a resultados conclusivos. Já em realização por equipe sob coordenação do autor deste artigo, um estudo abrangente de enquadramentos da totalidade do conteúdo postado por internautas nas páginas de campanha eleitoral na internet de Dilma Rousseff, José Serra e Marina Silva (também candidata às eleições presidenciais de 2010) deverá dar mais elementos para a sustentação ou refutação da hipótese.

Por enquanto, as indicações aqui oferecidas não negam o potencial das novas tecnologias de informação e comunicação para o fortalecimento da cidadania. Mas corroboram a percepção largamente difundida de que as desigualdades trazidas pela exclusão digital e cognitiva não se resolvem naturalmente no curso de expansão da sociedade em rede. As campanhas eleitorais parecem ter atingido no Brasil, em 2010, graus inéditos de exploração da internet, com a oferta de ferramentas de interatividade de grande potencial para

o aperfeiçoamento das relações entre candidatos e eleitores e o esclarecimento de razões de voto. Mas sem a disponibilidade de critérios adequados para orientar o uso de tais ferramentas, e sem informação apropriada para fundamentar o exercício responsável da liberdade trazida pelas oportunidades eletrônicas de expressão de conteúdo, o resultado permanecerá muito aquém daquele esperado pelas vozes otimistas em relação ao potencial da rede para a realização da política.

É possível que a motivação para o voto tenha se tornado mais esclarecida e informada com o uso das ferramentas de interatividade pelas páginas de campanha eleitoral no Brasil em 2010. Mas, caso esse ganho qualitativo venha de fato a parecer plausível após as indicações de pesquisas futuras, o fator central para esse quadro será não a mera existência do artefato tecnológico, mas sim sua humanização, obtida com criatividade e experimentação sobre o uso adequado do clássico componente fundamental à formação política: a informação plural, abrangente e ponderada sobre as variáveis envolvidas na formulação e execução de políticas públicas.

As mensagens postadas nas páginas de campanha eleitoral constituem ainda material relevante de análise para se buscar conhecimento sobre, por exemplo, as relações entre o debate *online* e as perspectivas expressas pelo jornalismo industrial e pelo horário gratuito de propaganda eleitoral no rádio e na televisão. Análises de enquadramento dos variados conteúdos seria capaz de revelar coincidências e divergências de perspectivas simbólicas, trazendo indicações sobre o poder de agenda exercido por fontes específicas de informação sobre política.

Também são objetos relevantes de análise a seção denominada “realizações” e os documentos oferecidos como programa de governo em quatro das 16 áreas temáticas colocadas como referência para o recebimento de mensagens na página de campanha de Dilma. Caberia verificar, por exemplo, se e como tais informações teriam sido utilizadas por usuários para a elaboração de seus comentários, a partir de análise de conteúdo das amostras.

Embora as pesquisas sobre a comunicação digital da política estejam avançando rapidamente e resultados expressivos tenham sido trazidos, a velocidade com que as novas tecnologias de informação e comunicação se desenvolvem coloca desafios sempre novos. Mesmo que se verifique eventualmente a maior relevância de determinado formato de ferramenta interativa para incentivar a participação de eleitores com comentários in-

formados, novos recursos logo poderão vir a ser explorados. No longo prazo, o principal desafio será encontrar padrões e regularidades que venham a sustentar um conjunto coerente de orientações para planejadores de campanhas eleitorais preocupados com o compartilhamento de *informação de diagnóstico* para o aprofundamento da democracia.

Notas

[1] Veja em http://www.dilma.com.br/propostas/
[2] Veja em http://www.dilma.com.br/sites/dilma13/index.php/propostas/apresentacao/
[3] Veja em http://www.dilma.com.br/sites/dilma13/index.php/propostas/temas/
[4] Veja em http://www.dilma.com.br/sites/dilma13/index.php/propostas/contatos/
[5] Veja em http://www.dilma.com.br/sites/dilma13/index.php/propostas/quero-participar/
[6] Veja em http://www.dilma.com.br/paginas/o-brasil-mudou/realizacoes/

Referências

ALDÉ, A. *A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política*. 232f. Tese (Doutorado em Ciência Política). Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

BENNETT, W. L.; ENTMAN, R. M. Mediated politics: communication in the future of democracy. New York: Cambridge University Press, 2001.

CASTELLS, M. Fluxos, redes e identidades: uma teoria crítica da sociedade informacional. In: CASTELLS, M. et al. *Novas perspectivas críticas em educação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

_____. *Communication power*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

COLEMAN, J. S. Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology, vol. 94, Supplement: Organizations and institutions: sociological and economic approaches to the analysis of social structure*, p. S95-S120, 1998.

COLEMAN, S. A tale of two houses: the House of Commons, the Big Brother house and the people at home. *Parliamentary Affairs*, n. 56, p. 733-758, 2003.

_____. Connecting parliament to the public via the internet: two case studies of online consultations. *Information, Communication & Society*, vol. 7, n° 1, p. 1-22, 2004.

COLEMAN, S. ; BLUMLER, J. G. *The internet and democratic citizenship: theory, practice and policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

COLEMAN, S.; GØTZE, J. *Bowling together: online public engagement in public deliberation*. Londres: Hansard Society, 2002.

CURRAN, J.; SEATON, J. *Power without responsibility. Press, broadcasting and the internet in Britain*. 7 ed. New York: Routledge, 2010.

DAHLBERG, L. Democracy via cyberspace: mapping the rhetorics and practices of three prominent camps*. New Media & Society*, v. 3, n. 2, p. 157-177, 2001a.

DAHLBERG, L. The internet and democratic discourse: exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, v. 4, n° 4, p. 615-633, 2001b.

FIALHO, F. M. As múltiplas definições do conceito de capital social. *BIB. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, n. 65, p. 71-87, 2008.

FISHKIN, J. S. *Democracy and deliberation: new directions for democratic reform*. New Haven and London: Yale University Press, 1991.

FURLANETTO, E. L. Instituições e desenvolvimento econômico: a importância do capital social. *Revista de Sociologia e Política*, v. 16, número suplementar, p. 55-67, 2008.

GIMMLER, A. Deliberative democracy, the public sphere and the internet. *Philosophy & Social Criticism*, v. 27, n. 4, pp. 21-39, 2001.

HALL, S. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora da UFMG; Brasília: Unesco, 2003.

HINDMAN, M. *The myth of digital democracy*. Princeton: Princeton University Press, 2008.

INGLEHART, R. ; WELZEL, C. *Modernização, mudança cultural e democracia: a seqüência do desenvolvimento humano*. São Paulo: Francis, 2009.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

LEWIS, J. Manufacturing dissent: new democracy and the era of computer communication. *International Journal of Cultural Studies*, v. 3, n. 1, p. 103-122, 2000.

MARQUES, A. C. S. As intersecções entre o processo comunicativo e a deliberação pública. In: _____ (org.) *A deliberação pública e suas dimensões sociais, políticas e comunicativas: textos fundamentais*. Belo Horizonte: Autêntica, 2009, p. 13-28.

MARTELETO, R. M.; SILVA, A. B. O. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. *Ci. Inf.*, v. 33, n. 3, p.41-49, 2004.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.* Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2003.

_____. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, M. W. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Edusp; Brasiliense, 1995.

MOISÉS, J. A. Cidadania, confiança e instituições democráticas. *Lua Nova*, n. 65, p. 71-94, 2005a.

_____. A desconfiança nas instituições democráticas. *Opinião Pública*, v. 11, n. 1, p. 33-63, 2005b.

MOISÉS, J. A.; CARNEIRO, G. P. Democracia, desconfiança política e insatisfação com o regime – o caso do Brasil. *Opinião Pública*, v. 14, n. 1, p. 1-42, 2008.

PAJNIK, M. Citizenship and mediated society. *Citizenship Studies*, v. 9, n. 4, p. 349-367, 2005.

PUTNAM, R. D. Tuning in, tuning out: the strange disappearance of social capital in America. *PS: Political Science and Politics*, v. 28, n. 4, p. 644-83, 1995.

RAWLS, J. *Justiça e democracia*. São Paulo, Martins Fontes, 2000.

ROTHBERG, D. Por uma agenda de pesquisa em democracia eletrônica. *Opinião Pública*, v. 14, n. 1, p. 149-172, 2008.

_____. Informação de diagnóstico, democracia e inclusão digital. *Liinc em Revista*, v. 5, n. 1, p. 4-18, 2009.

_____. Contribuições a uma teoria da democracia digital como suporte à formulação de políticas públicas. *CTS. Ciencia, Tecnología y Sociedad*, v. 5, n. 14, p. 1-19, 2010.

SILVA, C. E. L. *Muito além do jardim botânico*. São Paulo: Summus, 1985.

SOUZA, M. W. Recepção e comunicação: a busca do sujeito. In: _____. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Edusp; Brasiliense, 1995.

WRIGHT, S.; STREET, J. Democracy, deliberation and design: the case of online discussion forums. *New Media & Society*, v. 9, n. 5, p. 849-869, 2007.