



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Título – A política na rede - Tecnologias de comunicação e reprodução do paradigma de mercado¹

Autor – José Antonio Martinuzzo – Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Imagem e Informação da Universidade Federal Fluminense – UFF.

Palavras-chave – Internet, política, mercado

Resumo – A bricolagem política–novas tecnologias de comunicação se dá a partir da adoção de um modelo comunicacional baseado no paradigma infotelecomunicacional do mercado. Pela análise das homes dos sites das cinco maiores cidades brasileiras e do Distrito Federal, constata-se que a ágora virtual ainda não se concretizou na Internet política. Os portais públicos se apresentam como balcões de serviços e fontes de notícias, seguindo a mesma estrutura e lógica dos sites comerciais. O receptor é visto como mero cliente (cidadão-cliente), estabelecendo-se uma relação de consumo, de serviços e notícias, em detrimento da participação e do debate políticos. A adoção impudente do modelo comunicacional do capital contribui para o avanço do mercado, somando na empreitada para o enfraquecimento da política, a despeito da centralidade que lhe é devida.

Introdução

Mesmo com todo o crescimento que as mediações eletrônicas vêm registrando, atualmente a Internet mobiliza mais para o exercício das possibilidades de seus usos do que para a análise das implicações desses seus usos.

Portais dirigidos aos municípios (www.govfacil.com.br, www.portaldasprefeituras.com.br e www.portalpublico.com.br) apresentam estatísticas entre 11% e 15% das cidades do país com presença na rede de computadores. Nessa faixa também fica o dado elaborado segundo a estatística dos registros de domínios no Brasil, de acordo com dados do Comitê Gestor da Internet no Brasil (www.cg.org.br), considerando os domínios de primeiro nível (DPNs) “.gov.br”.

¹ Trabalho apresentado no NP10 – Núcleo de Pesquisa Economia Política e Políticas Públicas de Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Considerando que 7,2 milhões de brasileiros têm acesso à Internet, aproximadamente 4% da população, segundo dados do Ibope eRatings (<http://www.ibope.com.br/eratings/>) divulgados em abril de 2002, constata-se a firmeza com que os municípios caminham rumo à política via rede mundial de computadores.

Desse modo, parece pertinente e até urgente estudar a apropriação das tecnologias digitais de comunicação e informação pela política na sua interface com a sociedade, o chamado e-government.

Apesar de a rede não estar disponível para a maioria da população, as suas potencialidades e as aplicações já registradas desenharam um cenário que não se pode ignorar, configurando-se, inclusive, como espaço de pesquisa para se entender as perspectivas que se apresentam cada vez mais factíveis e abrangentes no universo das relações em sociedade.

Mesmo com a exclusão socioeconômica, indiretamente as novas tecnologias de comunicação estão inseridas no cotidiano da população como um todo, dado o alcance capilar de suas potencialidades tecnológicas e comunicacionais. A Internet não está na casa da periferia, mas ajuda a construir e, às vezes, é a própria notícia no telejornal que se assiste diariamente, por exemplo.

Também é importante salientar que o futuro da maior parte das tecnologias é a popularização, pela própria lógica do capitalismo que as gera. Computador e Internet, que têm situação análoga à da TV nos anos 50, em pouco tempo serão a banal TV que está presente em 98% dos lares brasileiros, nesta virada do milênio.

Para esse artigo sobre a apropriação das novas tecnologias de comunicação pela política, analisamos as homes dos sites das cinco cidades mais populosas do país, segundo o IBGE, e do Distrito Federal, a partir de uma reflexão acerca do poder, do mercado e da política na contemporaneidade. A escolha por localizar a análise em sites de município deve-se ao fato de a política encontrar neste local de poder a mais favorável ambiência à sua interface com o cidadão, dada a proximidade entre as instâncias públicas e a população nas cidades. Ademais, são os municípios os espaços privilegiados de sociabilidade, onde os indivíduos vivem o dia-a-dia de demandas, frustrações, realizações etc.

1 Trabalho apresentado no NP10 – Núcleo de Pesquisa Economia Política e Políticas Públicas de Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



O lugar do poder

Para Foucault (1992), uma sociedade sem relações de poder existe apenas enquanto abstração. Qualquer agrupamento humano sempre será permeado por elas, visto que esse tipo de relação é inerente à vida social. No concernente à política, Gramsci (1991) aponta que um dos elementos fundamentais é a existência real de governados e governantes, dirigentes e dirigidos.

Nesse contexto de sociedade historicamente determinada, ou autônoma, os principais desafios da política são o alcance e a manutenção do poder para definição de rumos, escolhas, vontades. Segundo Bauman (2000), as escolhas individuais são sempre condicionadas pela “agenda de opções”, o equivalente ao conjunto de alternativas efetivamente disponíveis, e orientadas ou restringidas pelo “código de escolha”, ou as regras que indicam com base em quê se deve preferir uma coisa a outras e em que situação ela é adequada ou não.

Para Bauman, a política vive hoje um processo de abandono ou diminuição de seu papel de criadora de código e de agenda. Mas não temos com isso mais ou menos liberdade individual. O fato, salienta, é que a função de estabelecer código e agenda está sendo transferida das instituições políticas para outras forças. A diminuição do papel regulamentador do Estado não significa o declínio da regulamentação, nem o seu fim. As forças ligadas ao mercado financeiro e ao consumo assumem crescentemente os papéis de agendadores e codificadores.

Como assinala Renato Ortiz (1997), o capitalismo moderno, resultante da primeira Revolução Industrial, criou o espaço nacional, mas no processo de sua evolução, ao se globalizar, encontra outras bases territoriais para se desenvolver. O Estado-nação, “uma unidade territorial político-administrativa no interior da qual ‘todos’ os indivíduos seriam cidadãos” (p. 38), pela difusão mundializada do processo



de formação cultural e de decisão econômica, sofre o impacto esgarçante do movimento de desterritorialização.

Assim, o Estado-nação perdeu o monopólio para conferir sentido às ações coletivas. O “projeto nacional”, baseado na energia interna amalgamada pelo nacionalismo, não encontra a força catalizadora do Estado-nação numa realidade de globalização marcante em dois níveis centrais para qualquer sociedade: o econômico e o cultural.

Conforme analisa Nogueira (1998), a globalização rouba da política a base territorial, confrontando-a com decisões tomadas extranacionalmente. “O mercado, a livre concorrência, a autonomia de grupos e indivíduos, não a política (menos ainda o Estado), é que seriam imaginados como os vetores da regulação social, à semelhança de uma espontânea auto-regulação da sociedade” (p. 153).

O discurso do mercado adquiriu as características de “discurso forte”, cujo realismo é difícil de questionar porque representa ações coordenadas de todas as forças que contam, de todas as forças que se unem para dar à realidade o formato que tem, avalia Bauman (2001).

A derrocada do socialismo real é também apontada por Vieira (2001) como fator de estremecimento do conceito de Estado. “A democracia contemporânea é intimamente ligada ao Estado-nação, cujos alicerces estão abalados pela globalização econômica e pelo fim da bipolaridade característica da guerra fria”, analisa (p. 27).

A partir das reflexões de Deleuze acerca da ascensão da sociedade de controle em contraponto à sociedade disciplinar, Hardt (2000) considera que a sociedade em que vivemos seja propriamente capitalista, visto que propõe uma forma de soberania ou de governo que tende para a imanência.

Segundo ele, sempre houve um conflito entre a transcendência da soberania e a imanência do capitalismo, ou uma distância entre o poder, do Estado, por exemplo, e as



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

potências da sociedade. O fim dos muros das instituições, que caracteriza a mudança da sociedade disciplinar para a de controle, marca a passagem para o campo da imanência, talvez mais favorável à soberania capitalista.

Por intermédio da produção de subjetividades e interioridades, o capitalismo se fortalece crescentemente, construindo desejos, angústias, comportamentos, necessidades, sujeitos, realidades, saídas, soluções, alternativas, felicidades... Como a onipresença leva à “invisibilidade”, o mercado se apreende cada vez mais como o “natural” destino, marcando-se mesmo como sinônimo do que de melhor já se produziu e se produzirá em termos de organização social.

De forma definitiva, Milton Santos (2000) enxerga no encolhimento do Estado nacional uma opção ideológica. Santos tem convicção do papel central da ideologia na produção, disseminação, reprodução e manutenção da globalização atual:

É uma forma de totalitarismo muito forte e insidiosa, porque se baseia em noções que parecem centrais à própria idéia de democracia – liberdade de opinião, de imprensa, tolerância –, utilizadas exatamente para suprimir a possibilidade de conhecimento do que é o mundo, e do que são os países e os lugares (p.45).

Rede-base

Uma das marcas do que Jameson (2000) considera como capitalismo tardio, ou multinacional, ou de consumo – “a mais pura forma de capital que jamais existiu, uma prodigiosa expansão do capital que atinge áreas até então fora do mercado” (p. 61) –, é a centralidade das mídias e da indústria da propaganda.

Esse capitalismo multinacional encontra na simbiose das tecnologias digitais de informação, telecomunicações e comunicações a lógica e a infra-estrutura de produção, articulação e reprodução – o paradigma infotelecomunicacional, segundo Moraes (2001). Mas o que poderia, em princípio, parecer restrito às corporações de mídia e

1 Trabalho apresentado no NP10 – Núcleo de Pesquisa Economia Política e Políticas Públicas de Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



entretenimento não só modela o capitalismo contemporâneo como um todo como também alcança o fazer político, em plena busca novos palcos ante o desmonte do Estado-nação que lhe era cenário privilegiado.

Ao lançar mão um dos principais instrumentais do novo capitalismo, as novas tecnologias de comunicação e informação – a Internet, especificamente –, a política acaba por instituir um novo tipo de governo, o e-government. Com essa estratégia, parte para uma nova fronteira de ação numa realidade de desbotamento do cenário estatal. Tenta renovar seu *modus operandi*, buscando uma prática que lhe garanta ambiência renovada ou, antes, relevância na contemporaneidade.

A apropriação das tecnologias digitais de informação, telecomunicações e comunicação pela política, como a disponibilização de site público, por exemplo, por si só não representa um bem ou um mal; é, antes, decorrência da sistemática de “negociação” entre técnica e sociedade. Assim, primeiramente importa atentar para o fato de que essa incorporação esteja ocorrendo. É igualmente necessário termos consciência de que sociedade e tecnologia não saem incólumes do processo de bricolagem em que inexoravelmente se envolvem – muda a tecnologia, muda a sociedade.

Félix Guattari (1996) afirma que “nenhum campo de opinião, de pensamento, de imagem, de afectos, de narratividade pode ter a pretensão de escapar à influência invasiva da ‘assistência por computador’, dos bancos de dados, da telemática etc.” (p.177). No entanto, sugere tentar recusar o dilema de ter que optar entre uma rejeição crispada ou uma aceitação cínica da situação. Não faz sentido, afirma, o homem querer desviar-se das máquinas já que, afinal de contas, elas são nada mais do que “formas hiperdesenvolvidas e hiperconectadas de certos aspectos de sua subjetividade” (p. 178).

Hibridações sociedade/tecnologia são decorrentes do processo de constituição do homem em sua caminhada histórica. O que deve ser ponto de olhar crítico e perscrutador, no entanto, são as opções e usos que se fazem das tecnologias e quais são



as transformações que daí decorrem. Essa atitude permitirá à sociedade ser agente ativo nesse que é um processo intrínseco ao homem, ele mesmo um ser tecnológico.

Ágora virtual?

Uma das marcas da Internet é o seu potencial de interatividade: hipertextos construídos com links hipermediáticos, comunicação horizontalizada, acesso a informações em volume e rapidez nunca experimentados etc. Interatividade que sempre foi uma palavra-chave para a política.

Processo em que emissor e receptor ocupam posições intercambiáveis, num diálogo construtor de uma mensagem coerente, mas de autoria vária, a interatividade via computadores seria um achado para a política, a arte de construir consensos na discussão pública de opiniões e interesses contrários; especialmente à política órfã do palco estatal, em busca de novos mecanismos para alcançar o povo. Assim, no campo político, a Internet surgiu como a redentora da participação, da transparência, da mobilização e do espaço público perdidos em tempos de apatia política crescente e Estado-nação torpedeado.

O governo eletrônico passou a ser visto como resposta infalível à demanda por um governo moderno e eficaz, conforme explicita relatório do Instituto Brasileiro de Administração Municipal (Ibam) sobre as discussões acerca do “município e a era da informação”, em setembro de 2000:

O e-gov tem o poder de mudar para sempre a forma como os governos, em todo o mundo, servem seus cidadãos. Um mundo e-gov é aquele onde os cidadãos podem usar a Internet para conseguir informações e serviços governamentais, onde e quando precisarem (Ibam, 2000, p. 02).

A despeito de toda a centralidade devida às novas tecnologias de comunicação e informação, a ingenuidade e/ou o discurso capitalista acabam por conferir a elas usos e atributos que não lhes seriam tecnologicamente intrínsecos, mas que resultariam, de outro modo, de sua apropriação, de suas utilizações – o que é muito diferente.

1 Trabalho apresentado no NP10 – Núcleo de Pesquisa Economia Política e Políticas Públicas de Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Entre potencialidade e realidade da interatividade, por exemplo, há o espaço determinante da apropriação. Importa observar que tecnologia sozinha não faz política. A Internet é apenas uma mídia que pode ser utilizada para esse fim; e ainda com propósitos diferentes, emancipatórios ou não. Além de estar num patamar que não restrinja tecnologicamente a participação do cidadão, os sites políticos devem fazer uso político dessas tecnologias e oferecer estruturas político-administrativas que dêem curso às contribuições da população, que demandem e incentivem essa participação.

Ao interferir – ou propor, ou interagir – em determinado conteúdo, estar-se-ia fazendo política ativa, por exemplo, via debates e consultas públicos, elaboração participativa de projetos de leis e orçamentos, acompanhamento de procedimentos político-administrativas que vão além da propaganda e dos press-releases etc. Ou seja, teríamos uma interação ativa, aquela em que, além de uma interação técnica (entre máquinas), há uma interação político-social (mesmo que mediada por máquinas).

De outra forma, haveria apenas a interatividade reativa, ou ação política reativa, em que o internauta tem limitada a sua capacidade de participação, seguindo um roteiro de opções que o reduzem a um mero receptor de informações, a um usuário de serviços. Temos um receptor mudo e um emissor surdo.

A Microsoft, segundo Nassif (2001), já se prepara para se inserir no mercado da Internet pública – ação que parece revelar a dimensão da seara inexplorada que é o universo político-governamental. Reportando o discurso de Bill Gates em palestra durante o *The Microsoft Government Leaders*, que reuniu mais 400 delegados de 80 países, no início de 2001, em Seattle, Nassif mostra a impressão do dono da gigante em informática acerca do futuro do e-gov.

Para Gates, o caminho a ser percorrido tem três fases distintas. Primeiramente, os governos disponibilizam informações gerais, algo como substituir catálogos, como o de telefones. Numa fase intermediária, virão as transações com os cartões inteligentes e as certificações digitais, por exemplo. Finalmente, e mais distante, ocorrerá a economia digital, com a criação de padrões de interatividade entre os diversos sistemas.



Esse modelo de e-government, como se percebe, localiza o governo como um prestador de serviços e o cidadão como um mero consumidor. Segundo Nogueira (2000), a “sedutora” expressão governo eletrônico deve ser vista com cautela, pois deixa de lado a dimensão mais propriamente política do governo, “referente ao dirigir e ao articular, com vistas a fixar diretrizes de ação para a coletividade, reforçar seus laços internos e sua convivência” (p. 01).

Sites

Em busca da configuração da política na Internet, analisaram-se, no último mês de abril, as homes dos sites das cinco maiores cidades do país, além da do Distrito Federal. O site da prefeitura de São Paulo (<http://www.prefeitura.sp.gov.br/index.asp>), a maior cidade do País, poderia muito bem se confundir com um site de notícias da capital paulista. A maioria dos 20 links da home remete a informações sobre os atos da administração. O frame com as notícias está presente em todas as páginas acessadas. Há links com informações institucionais da cidade e da administração (endereços, telefones etc.) e serviços de acesso a documentos da burocracia municipal, além de uma ouvidoria e uma enquete. Bem-estruturado, o site deixa clara a sua opção por ser um portal de informações e notícias institucionais.

Baseado nos mesmos conteúdos, o site do Rio de Janeiro (<http://www.rio.gov.br>) tem nos dados históricos e institucionais da cidade e da administração (endereços, telefones etc.) o seu maior destaque. As notícias ocupam espaços importantes, mas não chegam a marcar a cara do site, dispersos que estão por sua estrutura. Oferecem-se, também, serviços on-line e de intermediação on-line para consecução de objetivos que tenham o município como um dos atores.

O site da capital baiana (<http://www.salvador.ba.gov.br>) despreza as palavras e impõe um contato visual com a cidade, marcadamente publicitário, baseado nas imagens de Salvador. Em verdade, ao morador de Salvador possibilita-se apenas olhar na Internet a cidade que ele observa todos os dias – ou seja, mais que participação ativa e transformadora, incentiva-se a admiração, a louvação e a contemplação da realidade.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Ademais, a imagem de abertura do site já impõe as configurações mínimas para se acessar o mesmo, num convite à desistência, estimulado pela barreira tecnológica.

O site é baseado em formulários e textos telegráficos e burocráticos. Todas as secretarias são identificadas por siglas, linguagem acessível somente aos técnicos da instituição. Vale notar que existe somente um formulário para todos os tipos de contato (reclamação, sugestão etc.). Até as notícias são desprezadas. Efetivamente, Salvador não quer diálogo com os seus internautas; somente o seu deslumbramento com as belas imagens da propaganda – imagens que são praticamente a única opção estimulada de navegação. É a comunicação substituída pela contemplação.

A capital mineira tem um site (<http://www.belo Horizonte.mg.gov.br>) em que sobram letrinhas. Serviços, notícias e informações institucionais são o seu forte. Numa tentativa de evidenciar seu caráter de prestador de serviços, a prefeitura de Belo Horizonte duplica os links destinados a esse tipo de conteúdo. As transações da burocracia municipal (licitações, editais, dados fazendários etc.) são marca desse site, numa mostra de que as empresas são um público-alvo forte.

À primeira vista, o site da Prefeitura de Fortaleza (<http://www.fortaleza.ce.gov.br>) só tem endereço, não existiria, ainda. (É como empresa fantasma: tem endereço, mas não tem estrutura.) No entanto, o pouco que dele existe evidencia a essência do que virá. Na página de anúncio da sua inexistência momentânea ([fortaleza.ce.gov.br](http://www.fortaleza.ce.gov.br)) – “O site da Prefeitura de Fortaleza está sendo reformulado para tornar-se um portal de serviços do cidadão” –, já se revela o que estará no ar.

Notícias e mais notícias. O site da Capital Federal (<http://www.df.gov.br>) resume-se ao noticiário de governo do Distrito Federal. Oferece, também, links para a estrutura administrativa e dá informações sobre processos e burocracia municipal.

Links como os de ouvidoria e de enquete, presentes na maioria dos sites estudados, estabelecem uma comunicação clientelista (diga, que eu ouço) e de ajuste de discurso (de você eu quero apenas a aprovação ou a reprovação de uma ação proposta

1 Trabalho apresentado no NP10 – Núcleo de Pesquisa Economia Política e Políticas Públicas de Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

ou mesmo já efetivada, não contribuição para a formatação e consecução de ações políticas).

É o reino da interação baseada na passividade – que, no fim, é estimulada –, num paradoxo que pode passar despercebido no ambiente de interação presumivelmente ativa da Internet. Daí a ilusão insidiosa da internet política: oferece-se uma interação passiva ou reativa mascarada pelo potencial interativo da tecnologia.

O caráter noticioso, irrelevante somente em um dos sites municipais que se estudaram, é emblemático da intenção propagandista dessas empreitadas. Ancorados no discurso da transparência possibilitada pela Internet, o que se oferece é discurso, numa outra contradição entre potencial e uso dessa mídia pela política.

e-gov – e-business: onde está a diferença?

Pode-se concluir que a utilização da Internet pelo poder local configura uma estratégia midiática modeladora de novas práticas de interface entre a política e a sociedade. Uma prática que segue exatamente a cartilha de Gates.

Os sites municipais se apresentam como um balcão de serviços e uma agência de notícias oficiais, seguindo a mesma estrutura de sites comerciais. A diferença está apenas no conteúdo específico. O receptor é visto como consumidor ou cliente de serviços e receptor de notícias e publicidades – é o cidadão-cliente. Ao contrário do que se propala, a nova ágora virtual ainda não é realidade na Internet política ou pública.

Estabelece-se uma relação de consumo (de serviços e informações) onde deveria constar, primordialmente, a participação, o debate, a exposição de idéias. É importante não confundir aqui a interatividade possibilitada pela mídia Internet, por intermédio de e-mails, chats e fóruns, com participação política. Utilizando-se também daquelas ferramentas, esta se fundamenta na discussão de temas que se sobrepõem ao particular, privado, pessoal – geralmente a base das contribuições desejadas e suscitadas pelos serviços de reclamação do tipo “fale com a gente”, “dê a sua opinião”, etc –, localizando-se nos interesses coletivos, na interação reflexiva e ativa, na busca pela construção de consensos.

1 Trabalho apresentado no NP10 – Núcleo de Pesquisa Economia Política e Políticas Públicas de Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



A incorporação impudente das novas tecnologias de comunicação pelo processo político responde à imposição ideológica de integração compulsória da ação político-administrativa aos paradigmas do mercado e seus padrões de eficácia e resolutividade, na perspectiva de que a adoção de instrumentais da vanguarda tecnológica leve a uma ação política inserida no contemporâneo e, conseqüentemente, correspondente às expectativas da população.

No entanto, ao adotar o paradigma infotelecomunicacional de mercado nas suas estratégias de comunicação com a sociedade, na constituição de um novo tipo de governo, sem a reflexão e os ajustes próprios à idéia de poder público, a política reproduz lógica que adota. Reforça, com isto, o mercado e seus pressupostos de individualidade, Estado mínimo, irresponsabilidade social, etc, que lhe são antagônicos, visto que se nutre da cidadania, do debate, da lógica de comunidade e da mobilização, dentre outros, diminuindo, crescentemente, a sua centralidade na sociedade.

As soluções tecnológicas e a infra-estrutura burocrático-administrativa nas máquinas públicas que viabilizem a participação cidadã – se é essa a origem da limitação do debate e da construção do consenso político via rede mundial de computadores – podem até não estar dadas, mas adotar como padrão um modelo que não vê relevância nesse tipo de relação não ajuda em nada na busca por uma política emancipatória do homem.

Usar a mesma infra-estrutura de rede não parece problemático, mas seguir a mesma receita, lógica e estratégia do mercado para estruturar o e-government representa reprodução de paradigma. O que poderia estar apenas restrito ao campo tecnológico reveste-se de opção política. Uma opção suicida, que encurta inexoravelmente o horizonte da política, levando-a à inanição na medida da expansão da centralidade das novas tecnologias de comunicação, caso não se façam mudanças de rota.

Conforme pergunta Nogueira (1998): como fazer com que a perspectiva política prevaleça, se o silêncio reformador, as dificuldades de representação e a estrutura mesma da sociedade não param de esvaziar a política? A sugestão é: enxergar a centralidade da política (Estado, sistema político e cultura política) “à construção de



consensos, à montagem de pactos políticos e ao delineamento de projetos claros e generosos” (p.16).

Indivíduo x cidadão

Segundo Santos (2000), a política é, por definição, sempre ampla e supõe uma visão de conjunto. Ela apenas se realiza quando existe a consideração de todos e de tudo. A adoção de sites públicos modelados pelo paradigma comunicacional de mercado parece indicar a direção oposta, sendo tais portais produtos e agentes de uma sociedade em que indivíduo combate cidadão, de uma realidade de partes, sem visão de todo, de consumo, e irreflexão política.

Um dos fatos desconcertantes do pós-modernismo, segundo Jameson (2000), é exatamente a acentuação da alienação dos indivíduos em relação à sua localização no espaço, extremamente produzida e reproduzida pelo não-lugar, pela “abolição das distâncias de tempo operada pelos diversos meios de comunicação e telecomunicação” (Virilio, 1993, p. 22). Cada vez mais, eles são incapazes de mapear, em suas mentes, a própria posição ou a totalidade urbana na qual se encontram. A partir dessa realidade, Jameson salienta a necessidade de uma outra política:

... a nova arte política (se ela for de fato possível) terá que se ater à verdade do pós-modernismo, isto é, a seu objeto fundamental – o espaço mundial do capital multinacional –, ao mesmo tempo que terá que realizar a façanha de chegar a uma modalidade, que ainda não somos capazes de imaginar, de representá-lo, de tal modo que nós possamos começar novamente a entender nosso posicionamento como sujeitos individuais e coletivos e recuperar nossa capacidade de agir e lutar, que está, hoje, neutralizada pela nossa confusão espacial e social. A forma política do pós-modernismo, se houver uma, terá como vocação a invenção e a projeção do mapeamento cognitivo global, em uma escala social e espacial (p. 79).

Apesar do que o e-government oferece em termos de divulgação de informações e espaços para reclamações, não será seguindo os passos do mercado que a política encontrará um lugar de relevância na sociedade que se vive, que se viverá. O desafio, conforme assinala Jameson, é exatamente desviar-se das estratégias que neutralizam a



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

política, cuja relevância, nas palavras de Milton Santos (2000), está no fato de ela ser a arte de pensar as mudanças e de criar condições de torná-las efetivas.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Bibliografia

ALLIEZ, Eric (Org.). **Gilles Deleuze: uma vida filosófica**. Rio de Janeiro :

Editora 34, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. **Em busca da política**. 1. ed. Rio de Janeiro : Zahar,

2000.

_____, Zygmunt. **Modernidade líquida**. 1. ed. Rio de Janeiro : Zahar,

2001.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa : Difel, 1989.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: vontade de saber**. Trad.

Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro ; Graal, 1990.

_____. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro : Graal, 1992.

GRAMSCI, Antonio. **Maquiavel, a Política e Estado Moderno**. 8. ed. Rio de

Janeiro : Civilização Brasileira, 1991.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

GUATTARI, Félix. Da produção de subjetividade. In: PARENTE, André (Org.).

Imagem Máquina – A era das tecnologias do virtual. 2. ed. Rio de Janeiro : Editora 34, 1996.

HARDT, Michael. A sociedade mundial de controle. In ALLIEZ, Eric (Org.).

Gilles Deleuze: uma vida filosófica. Rio de Janeiro : Editora 34, 2000.

IANNI, Octavio. A sociologia numa época de globalismo. In:

FERREIRA, Leila da Costa (Org.). **A sociologia no horizonte do século XXI.** 1. ed. São Paulo : Boitempo Editorial, 1997.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÕES MUNICIPAIS. **Relatório do 1º**

Encontro de Trabalho “O município e a era da informação”. Rio de Janeiro, 2000.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo – a lógica cultural do capitalismo**

tardio. 2. ed. São Paulo : Ática, 2000.

_____. **As sementes do tempo.** São Paulo : Ática, 1997.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface – como o computador**

transforma nossa maneira de criar e comunicar. 1. ed. Rio de Janeiro : Zahar. 2001.

1 Trabalho apresentado no NP10 – Núcleo de Pesquisa Economia Política e Políticas Públicas de Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

KERCKHOVE, Derrick de. **A pele da cultura**. 1. ed. Lisboa : Relógio d'Água, 1997.

LÉVY, Pierre. A revolução contemporânea em matéria de comunicação. In:
MARTINS, F. M., SILVA, J. M. (Org.). **Para navegar no século 21:
tecnologias do imaginário e cibercultura**. 2. ed. Porto Alegre :
Sulina/Edipucrs, 2000.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O príncipe**. 2. ed. São Paulo : Edipro, 1999.

MORAES, Denis de. **O concreto e o virtual**. 1. ed. Rio de Janeiro : DP&A
Editora, 2001.

MURAD, Angèle. **Comunicação Pública na Internet – o caso do Vitória On
Line**. 2001. 280 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Imagem e
Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Imagem e
Informação, Universidade Federal Fluminense.

NASSIF, Luís. A área pública e a Internet. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28
mar. 2001. p. 12.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. **As possibilidades da política**. 1. ed. Rio de

1 Trabalho apresentado no NP10 – Núcleo de Pesquisa Economia Política e Políticas Públicas de Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Janeiro : Paz e Terra, 1998.

____. Governos Eletrônicos. **Jornal da Tarde**, São Paulo, 09 dez. 2000. p. 2.

ORTIZ, Renato. Anotações sobre a mundialização e a questão nacional. In:

FERREIRA, Leila da Costa (Org.). **A sociologia no horizonte do século XXI**. 1. ed. São Paulo : Boitempo Editorial, 1997.

PARENTE, André. **Imagem máquina – a era das tecnologias do virtual**.

2. ed. Rio de Janeiro : Editoria 34, 1996.

PEREIRA, Marcus Abílio Gomes. A internet e seu potencial emancipatório. In:

1º CONFERÊNCIA ELETRÔNICA DO CEVEP, 2000, Belo Horizonte.

Democracia, internet e bens públicos [online]. Disponível:

<http://www.e-democracy.lcc.ufmg.br/edemocracy.nsf/>

[papers_tema_02.html?OpenPage](http://www.e-democracy.lcc.ufmg.br/edemocracy.nsf/papers_tema_02.html?OpenPage) [capturado em 20 nov. 2000].

SANTOS, Laymert Garcia dos. Considerações sobre a realidade virtual. In:

FERREIRA, Leila da Costa (Org.). **A sociologia no horizonte do século XXI**. 1. ed. São Paulo : Boitempo Editorial, 1997.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização – do pensamento único à**

consciência universal. 1. ed. Rio de Janeiro : Record, 2000.

1 Trabalho apresentado no NP10 – Núcleo de Pesquisa Economia Política e Políticas Públicas de Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

____. **A natureza do espaço**. 3. ed. São Paulo : Hucitec, 1999.

VIEIRA, Liszt. **Os argonautas da cidadania – a sociedade civil na
globalização**. Rio de Janeiro. Record, 2001.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico**. Rio de Janeiro : Editora 34, 1993.

martinuzzo.doc