

A Propaganda Política na Sociedade Digital

(O Uso dos Blogs como Veio da Propaganda Totalitária e como Guerrilha Virtual) ¹

Prof^a Dr^a Dulce Adélia Adorno-Silva ²

Professora e pesquisadora do Centro de Linguagem e Comunicação
da Pontifícia Universidade Católica de Campinas

A Elite e as Massas: a Opinião e o Número

Para situar a importância da opinião, Tarde afirma que ela “está para o público, nos tempos modernos, assim como a alma está para o corpo”³ e conceitua-a como conjunto de juízos, vontade geral, conjunto de desejos. Ao circunscrever o seu domínio, diferencia-a de: a) tradição que é “o resumo condensado e acumulado do que foi a opinião dos mortos, herança de necessários e salutareis preconceitos, freqüentemente onerosos para os vivos” ; e b) razão que é o “conjunto dos juízos pessoais, relativamente racionais, embora muitas vezes insensatos, de uma elite pensante que se isola e se retira da corrente popular a fim de represá-la ou dirigi-la”⁴. Ao estabelecer o domínio das crenças (tradição) e dos juízos (razão, pensamento) atribui aquelas às massas e estes às elites: sacerdotes na origem, filósofos, sábios, juristas: concílios, universidades – etc, que são a encarnação dessa razão resistente e dirigente, que se distingue dos arrebatamentos das massas. Os fatores da tradição são: a própria opinião, a educação familiar, a aprendizagem profissional e a escola; a razão tem como características: a observação, a experiência e a pesquisa, ou, o raciocínio e a dedução, baseada nos textos.

¹ Trabalho apresentado ao NP 03 – Publicidade, Propaganda e *Marketing* do VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Doutora, em 2001, pela UNICAMP em Educação, Sociedade e Cultura– tese: A Mente Controlada (249 páginas); líder do grupo Propaganda, Significação e Sociedade (linha: Comunicação e Sociedade e projeto: Poder, Propaganda e Violência - IC duas orientações: uma concluída, outra em andamento e 5 propostas; Congressos com apresentação de trabalhos: a) internacionais: Colóquio Brasil-França/2004, XIII Colóquio da AFIRSE/AIPELF– e XVII Colóquio – ADMÉE- Europa/2004 – XIV Colóquio da AFIRSE/AIPELF/2006 e 2007 Universidade de Lisboa; Publicações dos últimos cinco anos em periódicos: 9 artigos científicos (125 páginas); 10 artigos em jornais de Campinas; 1 artigo em revista; 15 participações em eventos. dulceadorno@puc-campinas.edu.br

³ Gabriel TARDE, p.79

⁴ Idem, ibidem, p.80

As características que Tarde atribui às massas, coloca-as no mesmo patamar construído por Althusser e outros estudiosos como Chomsky, ou seja, as massas são o alicerce do poder, uma vez que o sustentam e o movimentam no sentido como ele lhes impõe; ele precisa dominá-las.⁵ Tarde declara que juízos e tradições são os alicerces da opinião e “que os indivíduos têm consciência de possuir uma tradição comum e que se submetem de bom grado às decisões de uma razão julgada superior”⁶. Por isso, é digna de nota a observação do autor sobre os Parlamentos, Câmaras ou Senados, quando afirma que há grande distância entre o ideal e a realidade das coisas, embora seus membros sejam eleitos para deliberar com independência e controlar a desordem pública.

Outro autor, Patrick Champagne, explica que, na França, no século XVIII, o adjetivo público colou-se à noção de opinião, que representa a dos parlamentares que se opõem à política absolutista do rei, em favor de uma outra marcada pela transparência, mas constitui-se também a expressão da opinião da elite esclarecida. Ao conceito dessa expressão que significava “o capital específico (a capacidade de raciocinar)” das elites intelectuais, o autor acrescenta que a opinião pública é uma ideologia profissional, porque é “a opinião manifestada a respeito da política por grupos sociais restritos cuja profissão é produzir opiniões e que procuram entrar no jogo político modificando-o e transfigurando suas opiniões de elites letradas em opinião universal, intemporal e anônima como valor na política” – observa que a opinião dessa elite tem como característica a desparticularização, ou seja, é apresentada como a opinião da comunidade, da maioria, embora seja a expressão da minoria elitizada intelectualmente.⁷

Embora os autores considerem a opinião proveniente da elite, Champagne observa que, a partir da Revolução Francesa, por meio de manifestações de rua, inicia-se a expressão da opinião popular, que ganha credibilidade quantitativa.⁸ , uma vez que é a quantidade que estabelece o caráter de credibilidade da opinião, ou seja, ela de fato precisa alcançar os confins da cidade para que alcance o objetivo pretendido pelas elites ou pelos manifestantes populares. Em relação ao

⁵ Essa visão da maioria que se constitui por meio da tradição (das crenças) recebe diferentes denominações: Althusser (*Aparelhos Ideológicos do Estado*) denomina-a *classe subalterna*, ou seja, aquela que se constitui *aparelho ideológico do Estado*; Chomsky (*Controle da Mídia: Os Espetaculares Feitos da Propaganda*, p.16), retoma a expressão de Lippmann, *o rebanho assustado*.

⁶ Id., *ibid.*, p.80

⁷ Patrick CHAMPAGNE, *Formar a Opinião: O Novo Jogo Político*, p. 48.

⁸ Segundo Champagne a palavra manifestação só vai aparecer nos dicionários em 1866, quando ainda eram manifestações ilegais, p.67 e seg.

caráter numérico da opinião, Arendt também reconhece: “A passagem da verdade racional à opinião implica uma passagem do homem no singular aos homens no plural. (...) a opinião é determinada pela confiança do indivíduo “no número que é suposto ter as mesmas opiniões”.”⁹

A opinião, no entanto, só se estabelece se houver concordância da parte das pessoas, em relação aos juízos emitidos, pois, segundo Tarde, a opinião isolada não possui credibilidade, pois como já foi dito, ela precisa ser numérica para que alcance credibilidade. Segundo o autor, a semelhança se realiza por meio da manifestação pela palavra, pela escrita ou pela imprensa.

A Mobilidade da Opinião Face a Face

Quando no fim do século XIX, Tarde conceituou e analisou a opinião, situou a importância da palavra falada e escrita (palavra pública¹⁰), como aglutinadoras da opinião na Antiguidade e na Idade Média, observando que, no momento em que viveu, isso se fazia por meio da imprensa e das conversações privadas. Segundo o autor,

(...) no clã, na tribo, mesmo na cidade antiga e na Idade Média, as pessoas se conheciam pessoalmente quando, através das conversações privadas ou dos discursos dos oradores, uma idéia comum se estabelecia, não era casual, mas estava ligada ao timbre de voz, ao rosto, à personalidade conhecida.¹¹

A ligação entre as pessoas era face a face, pois falavam-se todos os dias e não se enganavam umas em relação às outras. Existiam grupos de opiniões separadas, sem vínculo entre si, mas em outras épocas, após a imprensa, o livro e o jornal estabeleceram essa ligação entre as pessoas. Elas se uniam em torno da imprensa periódica, juntando-se às cegas; o que importava não era a reflexão que faziam, mas o número de indivíduos que reunia. “A imprensa, sem saber, ajudou, portanto, a criar o poder do número e a diminuir o do caráter, se não o da inteligência.”¹², afirma o autor. No entanto, ele reconhece, que o meio impresso limita o poder dos governantes exercido devido à submissão política, “que acontecia graças a notícias distorcidas, espalhadas de boca em boca, após semanas e meses, por viajantes a pé ou a cavalo, monges vagabundos,

⁹ Hannah ARENDT, Verdade e Política, p. 20.

¹⁰ Leia-se a respeito da palavra pública na Antiguidade, a obra de Jürgen HABERMAS, Mudança Estrutural na Esfera Pública.

¹¹ Gabriel TARDE, A Opinião e as Massas, p.84.

¹² Idem, ibidem, p.85. Tarde revela sua opinião sobre a banalização da informação.

mercadores.”¹³ A opinião era formada pelo contato face a face entre homem e homem, por meio de relações pessoais e influências recíprocas.

Mas, à medida que a sociedade foi se tornando complexa, multiplicava os novos contatos de indivíduo a indivíduo, devido principalmente ao jornal que propagou a informação derrubando os limites urbanos, nacionais e continentais, que a tornavam desconhecida além das fronteiras.

A opinião, esse móbil do qual conhecemos toda a força para o bem e para o mal, não é, em sua origem, mais que o efeito de um pequeno número de homens que falam após terem pensado e que formam sem cessar, em diferentes pontos da sociedade, centros de instrução a partir dos quais os erros e as verdades discutidos, ganham pouco a pouco os últimos confins da cidade, onde se estabelecem como artigos de fé” . (Carta de Diderot a Necker, em 1775)¹⁴.

Por conversação, Tarde define “todo diálogo sem utilidade direta e imediata, em que se fala sobretudo por falar, por prazer, por distração, por polidez”¹⁵. Dela, são excluídos os interrogatórios judiciais, as negociações diplomáticas ou comerciais, os concílios, os congressos científicos, mas não o flerte mundano nem as conversas amorosas em geral, apesar das transparências de seu objetivo. Ela se envolve por uma atenção espontânea que os homens se prestam reciprocamente e pela qual se interpenetram com profundidade infinitamente maior do que em qualquer outra relação social¹⁶. Por esse motivo, desencadeia as seguintes ações: imitação, propagação de sentimentos, das idéias, dos modos de ação.

Um bom conversador é um sedutor no sentido mágico da palavra. Portanto, reconhece a importância da conversação como propaganda de idéias, inclusive como meio de realizar a imposição política. As conversações diferem muito conforme a natureza dos conversadores: grau de cultura, situação social, origem rural ou urbana, hábitos profissionais, religião etc, existindo diferenças também quanto ao tom, formalismo, rapidez da fala e duração.¹⁷

O livro e, depois o jornal, são meios propulsores da propagação de idéias. A imprensa unifica e vivifica as conversações, uniformiza-as no espaço e diversifica-as no tempo. Para o autor, todas as manhãs, os jornais servem a seu público a conversação do dia. Mas o tema muda diariamente, exceto nos casos de obsessão nacional ou internacional por um tema fixo. Essa

¹³ Id., *ibid.*, p.86

¹⁴ Idem, *ibidem*, p.94

¹⁵ Id., *ibid.*, p.95

¹⁶ Id., *ibid.*, p.96

¹⁷ Idem, *ibidem*, p. 96

similitude crescente das conversações simultâneas num domínio geográfico cada vez mais vasto é uma das características mais importantes da época, pois explica em grande parte o poder crescente da opinião contra a tradição e a própria razão. As conversações sucessivas explicam a mobilidade da opinião e o contrapeso de seu poder. A propaganda fazia-se por meio da conversação, realizando-se no contexto da vida, face a face, no mundo real, com o objetivo de se formar a opinião, ou seja, de ganhar o público numericamente, em função da credibilidade de alguma informação. É relevante, no entanto, o papel do divulgador (ou comunicador?) que já possuía características que o diferenciavam das outras pessoas, uma vez que era responsável para fazer com que a informação chegasse aos confins da cidade.

A Comunicação Mediada: sem Rosto e sem História

Do mesmo modo como Tarde valoriza a opinião ao compará-la à alma, nota-se atualmente que ela é ainda a alma da sociedade moderna, ou pode-se afirmar que esse papel cabe à comunicação tecnológica. Quando se pensa essa comunicação, refere-se à televisiva e, a seguir, à comunicação digital, da qual se exclui ainda uma grande parcela da sociedade.

A televisão, até o momento, estabelece a comunicação irradiada que se realiza de modo unidirecional, sem interatividade e, portanto, sem rosto, pois não se realiza face a face. Já, aquela, via computador, embora também não seja face a face, aparenta ser dialógica, fazendo com que a comunicação atenda a interesses não apenas informativos, mas concomitantemente os de mercado. A mídia irradiada favorece a formação numérica da “opinião”, que não é pensada, logo não é opinião, mas apenas expressão reiterativa e pesadamente numérica, pela razão explicitada por Chomsky:

Os maiores órgãos de imprensa são empresas enormes que integram conglomerados ainda maiores. São estreitamente integrados com o nexa Estado-privado que domina a vida econômica e política. Como outras empresas, vendem um produto a um mercado. Seu mercado é composto por outras empresas (anunciantes). O “produto” que vendem é a audiência; no caso da mídia de elite, que estabelece a agenda para as outras, são audiências privilegiadas.¹⁸

¹⁸ Noam CHOMSKY, *A Privatização da Democracia* in FSP, Caderno Mais! - 9/03/1997,5-10

A tecnologia televisiva é direcionada pela empresa que busca, edita e dissemina a informação fazendo-a se propagar, a fim de produzir a sociedade unidimensional, como a explica, a Escola de Frankfurt¹⁹. As redes de computadores, embora com uma comunicação menos diretiva, também lançam mão do espaço monopolizador e, ao gerar a realidade virtual, divulgam produtos diversificados, dentre os quais estão informações políticas intencionalmente direcionadas.

André Parente coloca a seguinte afirmação a respeito dessas tecnologias: “Cada tecnologia suscita questões relativas a sua consistência enunciativa específica que, em última instância, se articula com a produção discursiva de uma sociedade num determinado momento.”²⁰ Portanto, cada tecnologia define seu modo de produzir uma informação, que se articula com a produção discursiva da sociedade, ou seja, a mensagem é definida pelo meio (conforme MacLuhan: “o meio é a mensagem”) que interfere substancialmente e ideologicamente na produção discursiva da sociedade.

O jornal era o *medium* gerador da conversação, visto que, a partir dele, as pessoas faziam comentários, por meio da comunicação interpessoal, expandindo o espaço da informação até os confins da cidade, ou ultrapassando-os. A televisão²¹, contrapondo-a ao jornal impresso, amplia o espaço real da informação, levando-a a cada lar, alcançando limites que extrapolam as fronteiras nacionais. Dessa forma, ela desencadeia a homogeneização da subjetividade, no sentido que padroniza a informação pela banalização da linguagem em favor do aumento da audiência²². Com a massividade, a televisão também desterritorializa a subjetividade, por meio da recepção, uma vez que altera os modelos de percepção do mundo e estabelece a convenção do ver, do sentir, do pensar etc. Assim, ela situa a todos de uma mesma maneira no mundo da imagem, ao mesmo tempo retira a todos do mundo real. A singularização da subjetividade seria em relação ao mundo real?

¹⁹ Theodor ADORNO, A Indústria Cultural.

²⁰ André PARENTE (org.), Imagem-Máquina, p. 15.

²¹ A comparação recai primeiramente sobre a televisão, porque também se propõe como meio informativo jornalístico, no sentido de divulgação dos fatos, dos acontecimentos.

²² Em pesquisa realizada para doutoramento que se deu em 2001, a autora analisou 540 redações do Vestibular da PUC-Campinas e observou que apenas 10 textos não repetiam informações provenientes da TV.

Mas, o que interessa é apenas constatar que esse meio funciona também como propulsor de conversação, mas de modo reiterativo, uma vez que as pessoas comentam o que é veiculado, servindo de base para a manutenção do índice de audiência; não há espaço para a crítica. A informação não precisa chegar boca-a-boca aos confins da cidade, porque a tecnologia lá já se encontra.

A conversação acontece sem a crítica, no sentido do radical *krisis*, cujo significado: separação – pressupõe a interferência do pensamento de cada cidadão, para haver debate, porque a informação se questiona pela liberdade de pensamento que se exerce individualmente. Logo, a conversação, via TV, não é democrática, mas atende a esquemas totalitários de comunicação, pois além de a informação ser unidirecional, a imagem que também configura a informação, não oferece a oportunidade de recepção individualizada, porque ela é industrializada e vem pronta. Portanto, não há necessidade da linguagem verbal para pensar sobre ela, pois ela pensa em nosso lugar, ou seja, ela já vem pensada.

Será que isso também acontece com a imagem veiculada por meio da tecnologia da informação? O computador substitui “o automatismo analógico das técnicas televisuais, pelo automatismo calculado resultante de um tratamento numérico da informação relativa à imagem”.²³ A imagem que era projetada a partir do real, torna-se calculada, pois depende de um programa numérico, que a ela preexiste e que a transforma em simulação do real. Ela não mais representa o real, mas o sintetiza numericamente, por meio do cálculo; institui-se um modelo de produção da realidade virtual e, assim, um novo modelo de percepção da imagem, O indivíduo receptor coloca-se na interface do real e do virtual. A realidade palpável é abandonada, As imagens “incidem sobre as formas de sentir e pensar do homem comum”.²⁴

Por esse motivo, a realidade virtual determina uma nova forma de relação do homem com o mundo material e com os outros homens, porque isso passa a acontecer em espaço e tempo definido pela tecnologia da informação. Assim, se, conforme Wiener, se “informação é o termo que designa o conteúdo daquilo que permutamos com o mundo exterior ao ajustar-nos a ele e que faz com que nosso ajustamento seja nele percebido”²⁵, constata-se que, a partir das TIC, o ajuste se faz em uma realidade virtual, que define como nosso ajuste se torna perceptível. “Isto é, um

²³ Edmond COUCHOT, *Da representação à simulação: evolução das técnicas e das artes da figuração*, in Parente, André (org.), *Imagem-máquina*, p. 39.

²⁴ Rogério LUZ. *Novas imagens: efeitos e modelos*, in PARENTE, André (org.), *Imagem-máquina*, p. 49.

²⁵ Norbert WIENER, *Cibernética e Sociedade*, p.17.

corpo empenha seus esquemas sensório-motores na resposta a contextos virtuais de ação e percepção.”²⁶ Abandona-se a idéia de acontecimento, de história.

Dadas as características dessa tecnologia de informação, ao criar uma outra realidade: a virtual – que se torna o lugar onde a conversação se desencadeia: imagem e texto se acoplam em função da conversação para disseminação da informação até os confins da cidade virtual, ou mesmo, ultrapassa os limites urbanos e alcança o planeta virtual, de novo a comunicação sem corpo, sem rosto.

A Propaganda Política pela Internet

A Rede de Informação substitui o espaço urbano, à medida que a base numérica que caracteriza sua linguagem é homogênea, portanto universal, pois qualquer usuário em qualquer ponto do universo insere-se nesse mesmo território virtual; mas ao mesmo tempo é heterogênea pois abre o espaço virtual para manifestação das múltiplas subjetividades. Diferente da televisão e do próprio jornal impresso, a Internet, propicia a conversação que pode chegar aos confins do planeta. Essa conversação internáutica admite a resposta, o questionamento e muitas vezes o diálogo, assim pode favorecer a formação da opinião: por meio da tradição (emite a opinião dos mortos, nem sempre onerosa e que ainda permanece entre os vivos); e por meio da razão (atribuída por Tarde a uma elite pensante) cujos detentores lançam mão para represar ou dirigir a massa, que se submete de bom grado às decisões dessa elite.

Embora a rede possa parecer democrática porque permite a interação, nem sempre seu uso se faz no sentido do diálogo, mas em busca de consentimento para ações políticas com que nem todos concordariam se tivessem acesso ao mundo real das informações. Como exemplo de como se processa a propagação da opinião no meio virtual, retomam-se aqui duas características já mencionadas que direcionam a propaganda política possível de ser concretizada via Internet.

As mensagens veiculadas também se propagam conforme a análise de Tarde, mas carregando consigo as características do meio – a virtualidade, assumida como realidade pelos usuários. Portanto, as informações políticas veiculadas na Internet, que propicia o diálogo e o comentário, podem funcionar de formas distintas: a primeira pode partir do poder instituído em

²⁶ Rogério LUZ, *ibidem*.

busca da legitimação em qualquer tipo de Estado, prestando-se muitas vezes a um fluxo de mensagens totalitárias, dentro do Estado democrático, a fim de gerar concordância com e permanência do poder; a segunda pode estabelecer-se como um ataque de guerrilha a fim de atomizar a coesão em torno do poder, com o risco de se impor o Totalitarismo. Sobre esses dois tipos de propagação política pela Internet, apresentam-se os exemplos a seguir e suas respectivas análises.

O reconhecimento da importância dos *blogs* como meio de informação assenta-se em notícia veiculada em O Globo.com, pela Uol etc, que declara que o porta-voz da Casa Branca: Denny Hastert, resolveu ter o seu próprio blog. A notícia divulga que “Hastert diz não ser ainda um homem ligado à tecnologia, mas percebeu a necessidade de fazer um “update”. “Vejo que a Internet tem mudado a maneira de compartilhar a informação, este é o futuro” – escreveu o porta-voz no blog.”²⁷

No entanto, há também formas de reiterar o totalitarismo por meio dos *blogs*. Além de os neo-fascistas e os neo-nazistas ocuparem seu espaço, há, no Google, mais de 400 tiras que remetem a eles, embora a maioria delas se manifestem contrárias a essas ideologias, a repetição configura um modo de memorização. Basta lembrar das propagandas que repetem insistentemente os anúncios de seus produtos ²⁸, logo a repetição pode favorecer a fixação da importância desses movimentos. Os *blogs* podem funcionar como veios de escoamento do totalitarismo, mesmo que não mostrem essa intenção.

Dentre as informações veiculadas pelos *blogs*, as que atraem a atenção são aquelas que consistem em ataques ao poder instituído democraticamente, por meio do sufrágio universal. São informações que se assemelham às guerrilhas, muito comuns durante guerras como a do Vietnã e, atualmente, a contra o Iraque e regimes totalitários, como aconteceu durante a Ditadura Militar, no Brasil. Para que se possa fazer reflexão sobre essas ações, entende-se guerrilha como uma ação planejada, por grupos organizados contrários a regimes instituídos de modo democrático ou totalitário. As ações da Guerrilha não correspondem àquelas das grandes guerras, que consistem em ações bélicas convencionais, ou seja, planejadas conforme estratégias (ações planejadas) e táticas estudadas (como executar). Além do plano de guerra, os países em conflito, sabem da situação em que se encontram uma vez que a guerra é declarada, ao passo que as ações

²⁷ In .task. blog. com.br/2007/05/

²⁸ É o caso do anúncio da Coca-Cola, que há 40 anos usa essa estratégia publicitária.

guerrilheiras são imprevisíveis e inusitadas e, portanto, causam grande impacto. Sua divulgação é espontânea, diferentemente das guerras convencionais cuja comunicação é controlada.

A propaganda política, em forma de guerrilha, tem como exemplo a ampla divulgação em *blogs*, como task.blog.com.br/2007/05- sobre a notícia divulgada pelo jornal New York Times, e reproduzida pelo Globo Online:

(...) o Pentágono anunciou o bloqueio ao acesso de pelo menos 13 páginas da internet, dentre elas, o YouTube e o MySpace, alegando impacto direto na eficiência dos servidores e comprometimento da segurança da rede (apud). A informação ainda coloca em destaque o seguinte: A porta-voz do comando estratégico dos EUA, Julie Ziegenhorn, em entrevista a uma publicação militar independente, afirmou que 'as redes do Pentágono são usadas para o comando de missões e que, por isso, devem se manter seguras, eficientes e ágeis.' relatou o New York Times.

Essa informação propagou-se “além dos confins da cidade”, espalhando-se como arma química, a fim de corroer a imagem do Pentágono, que cerceia neste momento a liberdade de expressão. Além dessa informação, outra veiculada recentemente diz respeito à proibição aos soldados americanos presentes na Guerra contra o Iraque, que foram proibidos de se utilizarem dos *blogs*.

No Brasil, destacam-se alguns *blogs* de políticos como o Blog do Zé Dirceu, que não deixa de fazer seus ataques de guerrilha a políticos eleitos pelo voto direto. Por exemplo, em relação à crise da USP, no último parágrafo: “Enfim, é preciso dialogar e o governo paulista tem de mostrar com clareza o que quer. Se as medidas visam aumentar a eficiência das universidades e dar transparência aos gastos, podem ser aceitas.”²⁹ - há uma crítica ao governo de São Paulo. Em outra informação, sobre a despoluição do rio Tietê, há outro ataque ao governo paulista:

Um caso para os tribunais de contas – para o TCE, do Estado de São Paulo, e para o TCU e os Ministérios Públicos do Estado e Federal: depois de 15 anos de obras, 13 dos quais sob o tucanato, o Rio Tietê tem os piores índices de poluição. O que aconteceu com a fantástica obra do tucanato de despoluição do rio Tietê? Nada. Era só propaganda. E propaganda enganosa. (...)³⁰

Além desses ataques, observa-se o mesmo tipo de ação no Blog do Jefferson (Roberto Jefferson) que já conta com 478803 acessos, com data de 07/05 /2006, no qual declara seu voto contrário a Lula e divulga a declaração de voto do cantor Caetano Veloso também contrária à eleição do candidato. Assim, a bomba que explode contra o governo é a declaração de um

²⁹ Blog do Zé Dirceu, 19/05/2007

³⁰ Idem, ibidem, 17/05/2007

reconhecido cantor da MPB. Esse “frasco de Antraz” deve ter sido eficiente para a perda de votos de Lula, embora a imagem de Jefferson estivesse tão maculada no momento.

Esses tipos de ataque: as guerrilhas – são tão eficientes no mundo virtual, assim como o podem ser no mundo real ³¹. Consiste em uma estratégia política que acaba por fragmentar a opinião pública que se fez coesa, por meio do voto direto para a eleição tanto do presidente Lula, quanto do governo do PSDB, em São Paulo. Não são informações gratuitas, mas absolutamente intencionais, planejadas por um grupo (a elite, intelectuais, detentores da razão) que se posiciona contrário a determinado *status quo* governamental, cuja tática consiste na veiculação em determinado recurso virtual que se propõe à conversação (comentário). A guerra não é declarada porque é feita a partir de estratégias apanhadas das ações políticas recentes, portanto são imprevisíveis e inusitadas e causam impacto à medida que chegam aos confins da Rede. Possuem também, de certa forma divulgação espontânea, uma vez que não existe controle a fim de cercear sua propagação.

Enfim, observa-se que esse tipo de ação corresponde a ataques que possibilitam a fragmentação da unidade nacional, visto que a conversação blogueana corre o risco de receber respostas reiterativas às denúncias contrárias ao governo. Por isso, corresponde a uma possível preparação para o estado totalitário, cuja ação consiste, conforme Hannah Arendt, na atomização das massas³², que aceita o novo líder para guiá-las. Essa atomização é realizada pela propaganda política, cuja finalidade é implodir o governo, a fim de favorecer a aceitação de nova liderança que implante um novo governo. Segundo a autora, *Os movimentos totalitários são organizações maciças de indivíduos atomizados e isolados.*³³ Portanto, a propaganda pela guerrilha informativa deve ser numérica; a opinião quebrada em sua coesão deixa de ser fiel ao governo instituído e passa para o estágio de lealdade aos líderes da guerrilha. Essa conversação virtual possui caráter similar àquele apresentado por Gabriel Tarde, mas com a especificidade da tecnologia da informação que se permite ser usada de forma unidirecional, para que o poder exerça controle sobre as massas (atitude totalitária do Pentágono); assim como de forma implosiva, por meio de guerrilhas (Blog do Zé Dirceu e Blog do Jefferson) que se propagam no

³¹ Lembre-se da Guerra do Vietnã, cuja vitória coube aos vietcongs, que fizeram com que os EE.UU. retirassem suas tropas do território vietnamita.

³² Hannah ARENDT, *Origens do Totalitarismo*, 366-368.

³³ *Idem*, *ibidem*, p.373.

espaço virtual, como as conversações, a fim de fragmentar a unidade do Estado, que perde numericamente o apoio, com a atomização das massas.

REFERÊNCIAS

A) BIBLIOGRÁFICAS:

ADORNO, Theodor A Indústria Cultural, COHN, Gabriel. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Companhia Editora Nacional e Editora da USP, 1971

ALTHUSSER, Louis. Aparelhos Ideológicos de Estado: Nota sobre os Aparelhos Ideológicos de Estado. Trad. de Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro; introdução crítica de José Augusto Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983

ARENDT, Hannah Origens do Totalitarismo: Anti-Semitismo, Imperialismo, Totalitarismo. Trad. Roberto Raposo. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. Verdade e Política. Trad. de Manuel Alberto Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1995

CHAMPAGNE, Patrick. Trad. de Guilherme João de Freitas Teixeira. Formar a Opinião: O Novo Jogo Político. Petrópolis/RJ: Vozes, 1996.

CHOMSKY, Noam. Controle da Mídia: os Espetaculares Feitos da Propaganda. Trad. Antônio Augusto Fontes. Rio de Janeiro: Graphia, 2003

_____. Novas e Velhas Ordens Mundiais. Trad. de Paulo Roberto Coutinho. São Paulo: Scritta, 1996.

_____. *A Privatização da Democracia* in FSP, Caderno Mais! - 9/03/1997,5-10
COUCHOT, Edmond. *Da Representação à Simulação*. Trad. de Rogério Luz, in Parente, André. Imagem-Máquina: A Era das Tecnologias do Virtual. Trad. de Rogério Luz. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

HABERMAS, Jürgen. Mudança Estrutural da Esfera Pública: Investigações quanto a uma Categoria da Sociedade Burguesa. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984

LUZ, Rogério. *Novas imagens: efeitos e modelos*, in PARENTE, André (org.), Imagem-máquina: A Era das Tecnologias do Virtual. Trad. de Rogério Luz. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

PARENTE, André *Introdução: Os paradoxos da Imagem-Máquina* in Parente, André (org.) Imagem-Máquina: A Era das Tecnologias do Virtual. Trad. de Rogério Luz. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

TARDE, Gabriel. A Opinião e as Massas. Trad. de Luis Eduardo de Lima Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 1992

WIENER, Norbert. Cibernética e Sociedade: o Uso Humano dos Seres Humanos. Trad. de José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 1968

B) BLOGS:

[http://. Globo.com](http://Globo.com) (Época)

[http:// Task.blog.com.br](http://Task.blog.com.br)

[http:// Blog do Zé Dirceu](http://Blog do Zé Dirceu)

[http:// Blog do Jefferson](http://Blog do Jefferson)