



Ciberespaço, Democracia e Globalização: Uma Análise do Ciberativismo do Avaaz¹

Priscila Muniz de MEDEIROS²
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O artigo tem como objetivo associar as discussões sobre as potencialidades das novas mídias a uma análise dos modelos de democracia e participação popular, além de inserir questões sobre a dimensão planetária de uma nova esfera pública em formação. A partir de tais elementos, analisei brevemente o tipo de ativismo feito pela organização online *Avaaz*, ressaltando suas estratégias de atuação, articuladas às idéias de democracia e mobilização global.

PALAVRAS-CHAVE: Ciberativismo; Avaaz; globalização; ciberespaço; democracia

Internet e Democracia

Após a popularização da rede mundial de computadores, nos anos 90, muito se vem discutindo sobre o potencial democrático das novas mídias. São as possibilidades trazidas pela comunicação realizada através das novas tecnologias, como a maior distribuição dos canais de expressão e visibilidade pública, que fazem com que surjam associações entre elas e o ideal democrático de poder nas mãos de todos (ou da maioria). Muitos teóricos vêem hoje uma crise no interior das democracias representativas, nas quais os espaços para a participação do público nas decisões políticas são bastante restritos. Gomes (2005) percebe que as democracias representativas contemporâneas, ao atribuírem integralmente aos representantes o poder de decisão política, separam a esfera civil, que só tem poder de escolha durante as eleições, da esfera política, que produz as decisões.

Há, pois, uma esfera civil, o âmbito da cidadania, considerada o coração dos regimes democráticos, que autoriza, mas não governa, e há, por outro lado, uma esfera política cujo único vínculo constitucional com a esfera civil é de natureza basicamente eleitoral. O modelo de democracia representativa entra, portanto, em crise (GOMES, 2005, p.218).

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPE, e-mail: prismuniz@gmail.com



Esse quadro atual de democracia vai de encontro ao que Rousseau julgava que deveria ser um governo de todos. O filósofo francês do século 18 era entusiasta do modelo de democracia praticado na Grécia Antiga, onde as decisões sobre as questões de interesse da polis eram tomadas na ágora, espaço em que os cidadãos gregos se reuniam para deliberarem sobre as questões públicas. Para Rousseau, essa forma de democracia direta mantinha a soberania do povo, titular do poder no regime democrático. O pensador francês defendia que a vontade do ser coletivo soberano do poder não pode ser representada, pois assim ocorreria uma sobreposição de vontades, já que “ninguém pode querer por um outro” (NASCIMENTO, 1999, p.198).

Hoje a idéia predominante é a da inviabilidade de um modelo de democracia direta no ordenamento de sociedades complexas como as atuais. Bobbio (2000) defende que a razão fundamental do surgimento da democracia representativa foram as dimensões dos Estados modernos, sendo essa a única forma de governo popular possível num grande Estado. Ao comparar a democracia dos antigos (direta) com a democracia dos modernos (representativa), o autor defende que em ambas o titular do poder é sempre o povo. O que muda é o modo de exercer esse direito, que pode ser mais ou menos amplo.

Uma crescente desestruturação da vida pública e a desconfiança cada vez maior das populações para com seus representantes fizeram com que surgissem teorizações sobre novos modelos de democracia que pudessem superar a crise do modelo representativo, que, nessa perspectiva, não estaria atendendo as prerrogativas da soberania popular. Os debates sobre democracia participativa ou democracia deliberativa surgem para procurar formas de participação popular na política que não se restrinjam ao momento das eleições.

Jürgen Habermas é um dos pensadores que defendeu de forma mais veemente a necessidade da deliberação para que haja legitimidade nas decisões tomadas no seio de uma democracia. Para Habermas, é através do agir comunicativo que se forma, no interior do espaço público, a opinião pública, que tem o papel de direcionar o poder administrativo (1997).

É justamente o forte caráter comunicativo dos chamados novos meios que fazem com que muitos autores considerem que eles podem ser capazes de revitalizar a esfera pública, surgindo como um novo fórum de debate público. Se, para Habermas, o advento das mídias massivas provocou a decadência da esfera pública burguesa, nascida como fonte de resistência à autoridade estatal da monarquia absolutista (1984), autores



como André Lemos (2009) acreditam que o surgimento de mídias de função pós-massiva pode fazer com que sejam resgatados elementos do debate público e da ação política.

Emerge aqui uma nova esfera conversacional em primeiro grau, diferente do sistema conversacional de segundo grau característico dos *mass media*. Neste, a conversação se dá após o consumo em um rarefeito espaço público. Naquele, a conversação se dá no seio mesmo da produção e das trocas informativas, entre atores individuais ou coletivos. Esta é a nova esfera comunicacional pós-massiva. (...) Assim, as funções pós-massivas, por serem mais conversacionais que informacionais, podem resgatar algo da ação política, do debate, do convencimento e da persuasão, outrora desestimulados pela cultura de massa (LEMONS, 2009, p.2,4).

Com as novas mídias surge um modelo de comunicação multidirecional, em oposição ao padrão anterior, unidirecional. Se nas mídias massivas a informação parte de poucos produtores e é consumida por muitos receptores sem poder de influência direto sobre o conteúdo, no ambiente das novas mídias todos são produtores de conteúdo em potencial, ao mesmo tempo em que surgem espaços de visibilidade para conteúdos que antes não tinham espaços na chamada “grande mídia”. A ampliação dos espaços de crítica e de expressão da diversidade faz com que as mídias sociais online tenham um potencial mais democrático do que os meios massivos.

Se a internet surge como um meio de construção e manifestação de uma opinião pública, uma questão crucial que se coloca diz respeito às formas como essa opinião disseminada nas redes virtuais pode vir a influenciar as decisões do poder público.

Wilson Gomes (2005) vê na internet um potencial de conversação pública, no entanto, para o autor, essa potencialidade não se converte em poder político por conta das restrições próprias do modelo de democracia representativa.

Apesar do fato de a internet prover espaço adicional para a discussão política, ela também é atingida pelas blindagens antipúblico do nosso sistema político, o que diminui consideravelmente a real dimensão e o real impacto da opinião pública tanto on-line quanto off-line (GOMES, 2005, p.221).

É por conta de tal blindagem que defensores da democracia deliberativa como Cohen (1998) criticam o fato de Habermas basear seu argumento unicamente no poder de influência dos fluxos comunicacionais. Para ele, nessas condições, a opinião pública é capaz apenas de provocar quebras ocasionais na rotina do circuito oficial do poder (COHEN, 1998 *apud* FARIA, 2000). É por isso que Cohen afirma a necessidade de que haja ocasiões institucionalizadas para a participação dos cidadãos na tomada de decisões de interesse coletivo.



Cohen estabelece, então, três condições para a operacionalização da democracia deliberativa: mecanismos que permitam que os cidadãos, a partir de suas experiências, possam adicionar questões à agenda política; mecanismos que permitam que os cidadãos avaliem propostas e possam deliberar sobre elas e, finalmente, o oferecimento de ocasiões mais institucionalizadas para a participação dos indivíduos na tomada de decisão coletiva (COHEN, 1998 *apud* FARIA, 2000).

Influência da Opinião Pública nas Decisões da Esfera Privada

Se o processo entre a construção da opinião pública e sua materialização em ação política estatal, por ter que passar pelos trâmites exigidos pelo modelo de democracia representativa, não é imediato e, para alguns, sequer acontece de forma relevante, existe um segmento que vem tendo que responder de forma cada vez mais imediata às pressões exercidas pela opinião pública através dos espaços abertos pelas novas mídias: a esfera privada, tomada aqui pelo seu sentido enquanto setor de troca de mercadorias, portanto, enquanto mercado.

Num mundo onde o capital privado tem mais poder do que nunca, a influência da opinião pública nas tomadas de decisão da esfera privada é relevante dentro de uma perspectiva democrática, já que ela pode permitir um maior controle social sobre as ações das empresas. “Os novos senhores do mundo não tem necessidade de governar diretamente. Os governos nacionais são encarregados da tarefa de administrar os negócios em nome deles” (BAUMAN, 1999, p.74). Levando isso em conta, a pressão da opinião pública aliada aos meios de organização da inteligência coletiva dentro do ciberespaço pode trabalhar no sentido de limitar e controlar esse poder exercido pelos novos senhores do mundo.

É simples entender porque as empresas tendem a ceder de forma cada vez mais imediata às pressões exercidas pela opinião pública no ciberespaço: dentro da lógica capitalista, o lucro empresarial depende da propensão dos cidadãos ao consumo. Ter a opinião pública voltada contra si pode significar um desgaste de reputação que pode ser fatal às marcas. É através da propensão ao boicote que os cidadãos podem influenciar nas ações das empresas. Cito dois casos recentes ocorridos neste ano de 2011: os protestos online contra o comércio de peles de animais por empresas de moda no Brasil (MEDEIROS, 2011) e o boicote europeu à Coca-Cola, também organizado via mídias sociais (BULI, 2011). No primeiro caso, os manifestantes conseguiram obter de



diferentes grifes comunicados oficiais nas quais se comprometiam a retirar as peças feitas a partir de peles de suas lojas e não lançarem coleções futuras envolvendo a matéria-prima. Já na Europa, um forte movimento iniciado na Noruega e espalhado pelo resto do continente promoveu um boicote que durou duas semanas e atingiu uma das maiores multinacionais do planeta. Com a iniciativa, os manifestantes conseguiram fazer com que a companhia encerrasse seus negócios com o magnata do Iêmen Shafer Abdulhaq, dono de uma grande empresa de engarrafamento e distribuição de Coca-Cola no Oriente Médio³.

Assim como a lógica do capital é cada vez mais extraterritorial (BAUMAN, 1999), a opinião pública formada no ambiente virtual também o é, graças à ausência de fronteiras territoriais no interior do ciberespaço. Isso me leva a crer que uma opinião pública global possa vir a ter força para controlar mais efetivamente as ações das corporações, já que ambas as formas de poder atuam num mesmo espaço de influência, que é precisamente a ausência de limitações espaciais.

Globalização, Democracia Planetária e Opinião Pública Global

Para Bauman (1999), a nova lógica livre de restrições locais provoca o fim dos espaços de conversação, criando assim territórios despojados de espaços públicos.

"Os espaços públicos - ágoras e fóruns nas suas várias manifestações, lugares onde se estabelecem agendas, onde assuntos privados se tornam públicos, onde opiniões são formadas, testadas e confirmadas, onde se passam julgamentos e vereditos – tais espaços seguiram as elites, soltando-se de suas ancoras locais; são os primeiros a se desterritorializar e mudar para bem além do alcance da capacidade comunicativa meramente de *wetware* de qualquer localidade e seus habitantes. Longe de serem viveiros de comunidades, as populações locais são mais parecidas com feixes frouxos de extremidades soltas estatal" (BAUMAN, 1999, p.31).

Mas é preciso levar em consideração que o ciberespaço faz surgir uma nova forma de conversação também livre de amarras espaciais, que pode ser acionada tanto para tratar de questões locais como para debater assuntos tidos como de importância global. Excluir tal elemento do debate levando em conta exclusivamente o fato de que a

³ O filho de Shafer Abdulhaq, Farouk Abdulhaq, foi acusado de estuprar e assassinar a jovem norueguesa Martine Vik Magnussen em Londres, no ano de 2008. Após o crime, ele fugiu para o Iêmen, e passou-se a acreditar que o pai o estivesse protegendo nesse país. Em março deste ano, um grupo chamado "Justice for Martine" iniciou a batalha contra a Coca-Cola através de uma página no Facebook, que anunciava o boicote. Em duas semanas, a página já contava com 53 mil adesões. Após relutar inicialmente, a corporação acabou por anunciar que estava em processo de suspensão de seus negócios com Shafer Abdulhaq.



internet ainda não é acessível a todos os cidadãos é desconsiderar um fenômeno em andamento que ainda está ficando suas bases numa sociedade até aqui tão fortemente marcadas pela cultura de massa.

É fato que a exclusão digital atinge a maior parte da população mundial, especialmente nos países de terceiro mundo, e a internet só poderá funcionar como um verdadeiro instrumento democrático a partir do momento em que tenham fim as restrições a seu acesso. Entretanto, devemos reconhecer que vem ocorrendo avanços neste sentido: segundo relatório da *Internet Worlds Stats*⁴, no ano de 2010, 28,7% da população mundial tinha acesso à internet. A estatística também mostra um crescimento de 444,8% no número mundial de usuários da internet em relação ao ano 2000. Na América Latina, 31,2% da população tinha, em 2009, acesso à internet, e o crescimento no número de usuários foi de 927,2% na última década. É claro que os excluídos digitais ainda representam um número preocupante, mas as taxas de crescimento dos usuários da rede mundial de computadores nos levam a crer que, talvez, a real democratização da internet seja uma realidade não muito distante. Ainda mais se levarmos em conta que a comunicação online está cada vez menos restrita a plataformas únicas, sendo cada vez mais acessível através de dispositivos móveis, por exemplo.

Boaventura de Sousa Santos trabalha com a perspectiva de que apesar de ser a mais importante e hegemônica, a globalização neoliberal não é a única (2002).

“De par com ela e em grande medida por reação a ela esta emergindo uma outra globalização, constituída pelas redes e alianças transfronteiriças entre movimentos, lutas e organizações locais ou nacionais que nos diferentes cantos do globo se mobilizam para lutar contra a exclusão social, a precarização do trabalho, o declínio das políticas públicas, a destruição do meio ambiente e da biodiversidade, o desemprego, as violações dos direitos humanos, as pandemias, os ódios interétnicos produzidos direta ou indiretamente pela globalização neoliberal (SANTOS, 2002, p.13).

Manifestações do chamado ciberativismo são um exemplo dessa globalização contra-hegemônica à qual o autor se refere. Movimentos sociais usam cada vez mais a internet como forma de dar visibilidade a suas causas e de ganhar adesão dos cidadãos.

Ainda estamos distantes de uma ciberdemocracia global, como imaginada por Pierre Lévy (2010). Se a economia está totalmente inserida na lógica da globalização, o mesmo não ocorre com a política, que continua tendo suas bases bem fincadas no local. Ainda que a política não atue numa perspectiva global, o ciberespaço fez emergir uma opinião pública global, que usa diferentes estratégias para conquistar seus objetivos.

⁴ Relatório completo disponível em <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.



Nos movimentos sociais online, local e global não aparecem como dimensões opostas, mas sim num sentido de complementaridade, já que os novos meios possibilitam “a emergência de uma cidadania local e, ao mesmo tempo, engajada planetariamente” (LEMOS, 2009).

A seguir, analisarei as estratégias usadas pelo site de ativismo *Avaaz*⁵, que mobiliza seus membros tanto no que diz respeito a questões de interesses locais quanto em prol de causas cujos objetos são percebidos como de interesse global, como ações em defesa do meio ambiente e dos direitos humanos.

Avaaz: Estratégias Para um Ciberativismo Global

Se até aqui analisei o poder e as limitações da opinião pública como agente influenciador de ações políticas e de tomadas de decisões pelas empresas, além de seu caráter global em virtude da ausência de fronteiras na internet, esse quadro será útil para entender as estratégias utilizadas pelo ciberativismo do site *Avaaz*. Antes de adentrar no *Avaaz* em si, é relevante destacar o crescimento do chamado ciberativismo como um todo. A possibilidade de uma difusão global de ideias com custos bem reduzidos e o caráter interativo e colaborativo dos novos meios são algumas das razões para o surgimento de um ativismo digital:

Através da mediação tecnológica uma grande quantidade de pessoas, dispersas geograficamente, e mesmo que nunca tenham antes interagido, pôde trabalhar em um projeto comum de grandes dimensões e de relevante impacto social. Parte dessas pessoas pode ter como único interesse colaborar com a coletividade (PRIMO, 2008 apud SCHIECK, 2008, p.10).

O ativismo no interior do ciberespaço tem características próprias, já notadas por alguns autores. Welaratna (2009) e Kavada (2009) falam de redes ativistas híbridas, frouxas e flexíveis, de múltiplos fins, sem aspirações políticas unificadas, mas com vontade política de atacar problemas. A ausência de lideranças declaradas também é um fator comum a grande parte das mobilizações articuladas no ciberespaço.

É essa flexibilidade ideológica que permite a reunião de uma ampla gama de pessoas com pensamentos políticos distintos e de diferentes partes do globo em torno de uma causa comum. Apesar das características semelhantes, existem no ciberespaço diferentes formas de ativismo, ligadas a questões locais ou globais (ou a ambas), com

⁵ <http://www.avaaz.org/>



mais ou menos espaço para debate e colaboração coletiva e com diferentes estratégias de ação.

Fundado no ano de 2007, o site *Avaaz* (que significa voz em várias línguas) já conta com mais de nove milhões e trezentos mil membros em todo o mundo. A comunidade virtual foi criada a partir de uma parceria entre um grupo de advocacia global chamado *Res Publica*, um grupo americano de advocacia online, o *MoveOn.org*, além de organizações de mais seis países. Com o slogan “o mundo em ação”, o *Avaaz* se apresenta como “a comunidade de campanhas que leva a voz da sociedade civil para a política global” com a missão de “mobilizar pessoas de todos os países para construir uma ponte entre o mundo em que vivemos e o mundo que a maioria das pessoas querem”.

A ligação do *Avaaz* com o fenômeno da globalização é evidente, inclusive no discurso que carrega consigo, sempre levantando a bandeira de uma ação global. Não é a toa que o site da organização tem versões em 14 línguas diferentes.

Como já mencionei, nas causas defendidas pelo *Avaaz*, global e local estão constantemente imbricados. Mesmo que se trate de um assunto específico de um País, são evocados discursos de universalidade, como a defesa do meio ambiente, tido como importante para a sobrevivência de todo o planeta, e a defesa dos direitos humanos, tomados pela organização como direitos universais.

O principal foco do *Avaaz* é a organização de petições online que têm como objetivo ganhar o maior número de adesões possível, para que a quantidade de cidadãos envolvidos dê mais respaldo às causas. No entanto, o site também estimula os membros a telefonarem e manarem e-mails para membros da comunidade política ou de empresas.

Apesar de ter seu suporte em um site, a estratégia do *Avaaz* é espalhar suas campanhas dentro das redes sociais, para que elas ganhem mais visibilidade e adesões. Nesses espaços há a possibilidade de debates e exposição de opiniões. No entanto, o site do *Avaaz* em si é fechado para opiniões, ou seja, não há um espaço aberto e visível a todos para que os membros possam debater sobre a causa em questão.

Os organizadores explicam no site que a dinâmica de escolha das causas passa por uma pesquisa anterior com os membros sobre os temas mais relevantes (meio ambiente, direitos humanos, pobreza...). Quanto às causas específicas, elas são escolhidas através de sugestões individuais dos membros, que são analisadas pelos diretores da comunidade. Com isso, percebe-se que, ao contrário de outros movimentos



no ciberespaço, o *Avaaz* tem uma estrutura centralizada, que não permite um debate amplo em seu interior e que, por isso, depende da confiança dos membros em quem está à frente da organização. Apesar da centralização, a estrutura do *Avaaz* só pode funcionar numa perspectiva de colaboração, já que são os membros que assinam as petições, divulgam as causas em seus perfis em redes sociais e telefonam ou mandam e-mails para seus representantes.

A seguir, analisarei três causas defendidas pelo *Avaaz* e as estratégias utilizadas em cada uma delas.

Moratória Contra o Cultivo de Safras Geneticamente Modificadas

Em março de 2010, a Comissão Europeia aprovou, pela primeira vez em 12 anos, a plantação de organismos geneticamente modificados, autorizando o cultivo da batata Amflora, desenvolvida pela corporação alemã BASF. A Amflora é destinada à produção de amido para uso industrial. Contrários à decisão, ativistas da ONG *Greenpeace* se juntaram ao *Avaaz* para organizarem uma petição online. O objetivo era conseguir um milhão de assinaturas entre os membros da comunidade europeia, no intuito de fazer com que fosse votada uma lei que determinasse a moratória no cultivo de qualquer organismo geneticamente modificado até que pesquisas garantissem a segurança de seu consumo. A petição se baseava no Tratado de Lisboa, que entrou em vigor em dezembro de 2009. O tratado, assinado pelos membros da União Europeia, trouxe a possibilidade de iniciativas de cidadania europeia, com o objetivo de fazer com que os cidadãos possam apresentar propostas legislativas.

Em maio do mesmo ano, teve início a petição do *Avaaz*, que, utilizando diferentes estratégias de divulgação dentro das redes sociais, alcançou um milhão de assinaturas necessárias no final de setembro. Vale salientar que todas as assinaturas tinham que ser válidas eletronicamente, por isso, foi preciso preencher o formulário com o nome completo, endereço, email, nacionalidade e data de nascimento válidos. A petição foi entregue em seguida, passando a figurar como a primeira tentativa de ativar as novas regras trazidas pelo Tratado de Lisboa.

A comissão europeia desconsiderou a petição em dezembro de 2010, com o argumento de que ainda não havia um acordo que regulamentasse o funcionamento das iniciativas de cidadania. A regulamentação só veio ocorrer em fevereiro de 2011,



determinando que somente a partir de abril de 2012 poderiam ser sugeridas propostas legislativas pelos cidadãos.

Neste caso, a estratégia do *Avaaz* foi a de aproveitar um espaço de participação institucionalizado dentro da União Europeia. Se a petição conseguiu o número de assinaturas suficientes em 2010, nada impede que ela volte a conseguir uma vez que o sistema esteja em pleno funcionamento.

Petição Contra “Lei Homofóbica” em Uganda

Outra iniciativa do *Avaaz* foi uma petição contra a aprovação pelo parlamento de Uganda da pena de morte para homossexuais, em certos casos. No país africano, a homossexualidade é crime, e uma nova lei pretendia punir com a morte os “infratores” reincidentes, os suspeitos de “homossexualismo agravado”, os portadores de HIV ou os que tenham relações com menores de 18 anos. O projeto de lei foi apresentado em 2009, e desde então foi sendo alvo de críticas de movimentos sociais ligados à comunidade LGBT em todo o mundo.

A campanha do *Avaaz*, devido ao caráter flexível, híbrido e frouxo de sua rede, conseguiu fazer com que milhares de pessoas que não tem uma ligação direta com movimentos sócias, de direitos humanos ou LGBT, tomassem parte na causa, se posicionando contra a aprovação da lei.

Os diretores do *Avaaz* parecem ter plena consciência de o quão distantes estamos de uma política de cunho global, por isso, a ideia central era fazer com que a opinião pública forçasse uma pressão internacional contra o parlamento ugandense. Para mobilizar a opinião pública e, com isso, ganhar adesões, a organização baseou seu discurso na universalidade dos direitos humanos. Mais de um milhão e seiscentas mil pessoas de todo o mundo assinaram a petição. Em maio deste ano, o parlamento deixou vencer o prazo sem votar o projeto de lei, o que provocou o seu arquivamento.

O site *Avaaz* comemorou o fato como uma vitória de sua petição. Na verdade, é difícil saber se houve alguma influência da organização na decisão do parlamento. Veículos jornalísticos de todo o mundo relacionaram a não votação do projeto às pressões internacionais, como é o caso do *New York Times*. Outros chegaram a citar diretamente a petição do *Avaaz*, como ocorreu com a *BBC* e o *Guardian*.

É muito mais plausível acreditar que, se houve influência externa na decisão, foi em virtude da ameaça de retaliações econômicas por parte dos governantes estrangeiros,



e não simplesmente por conta uma opinião pública internacional. Ainda em 2009, o parlamento europeu aprovou uma resolução que daria fim à ajuda humanitária concedida ao país africano caso a lei fosse aprovada. O governo sueco também ameaçou cortar a ajuda financeira de \$50 milhões. Por enquanto, as possibilidades da influência de uma opinião pública global na política de uma localidade aparentam estar ligadas apenas a retaliações econômicas, sejam pressionando governos pelo fim de ajudas financeiras e/ou relações comerciais, sejam exercendo pressão sobre empresas multinacionais, como veremos a seguir.

Equipes de Fórmula 1, Não Corram no Bahrein

O *Avaaz* também usou a bandeira dos direitos humanos para conseguir apoio em outra causa: fazer com que a Fórmula 1 cancelasse o Grande Prêmio do Bahrein, País no Oriente Médio que, segundo a organização, estaria violando os direitos humanos ao atacar com armas de fogo manifestantes em protestos pacíficos contra o governo. Dessa vez, a pressão foi sobre as equipes e, principalmente, sobre a *Red Bull*, empresa dona da equipe *Red Bull Racing*, que na época da petição liderava com folga o campeonato de 2011.

A estratégia usada já foi comentada neste trabalho: pressionar as empresas, que têm que manter uma imagem positiva diante dos consumidores, para que elas não aceitassem correr no país árabe. Além da petição, que conseguiu cerca de 460 mil assinaturas, o *Avaaz* incentivou os manifestantes a postarem nas páginas oficiais da *Red Bull* e de outras equipes na rede social *Facebook* mensagens pedindo que as mesmas se recusassem a correr no Bahrein. De acordo com o *Avaaz*, mais de 20 mil mensagens desse tipo foram enviadas. A campanha não trazia uma ameaça direta de boicote, mas ressaltava que a “Red Bull só agirá se um número suficiente de nós nos juntarmos para deixar claro que sua marca, e mesmo sua reputação, estão em jogo”.

Inicialmente a corrida ocorreria em março, mas por conta dos conflitos no País, fora adiada para outubro. Após muitas controvérsias, as equipes se voltaram contra o detentor dos direitos comerciais da categoria, Bernie Ecclestone, que queria manter a corrida, adiando-a mais uma vez para dezembro. A pressão da equipe e dos patrocinadores contra a realização do GP fez com que o próprio Ecclestone admitisse que a corrida não deveria ocorrer, já que um novo adiamento dependeria da concordância unânime das equipes. Depois disso, os organizadores do grande prêmio do



Bahrein desistiram oficialmente de receber a prova, alegando a insatisfação de pilotos e equipes.

O *Avaaz* divulgou que a decisão “vai constranger o governo de Barein e incentivá-lo a acabar com a violência e respeitar os direitos de seu povo”. Mais uma vez, é difícil saber até que ponto a campanha liderada pelo *Avaaz* influenciou na decisão. Mas certamente ela era conhecida pelas partes em questão, já que teve uma ampla cobertura da mídia internacional. Nas matérias que anunciavam a decisão pela não realização da prova, veículos como *New York Times*, *Agência France Press*, *Reuters* e *ESPN* citaram a campanha do *Avaaz*. Já as televisões *BBC* e *CNN* chegaram a fazer entrevistas com porta-vozes da organização.

Questões Sobre a Centralização

A estrutura do *Avaaz* parece estar dividida em dois momentos distintos: um primeiro, mais fechado à participação e pouco deliberativo, que diz respeito à escolha das causas que serão defendidas, e um segundo, que envolve a divulgação para a adesão às causas, e depende fundamentalmente da colaboração dos membros. Se o *Avaaz* tem o mérito de fazer com que pessoas do mundo inteiro, independente de terem ou não qualquer tipo de vínculo com movimentos sociais, se engajem em causas políticas, é preciso levar em conta que a centralização e a ausência de um espaço para o debate dentro do site podem restringir o caráter democrático da organização. É importante que o potencial deliberativo do ciberespaço seja levado em conta, inclusive para que se possa debater a justeza ou não de determinada causa para a qual se está recrutando adesões

Podemos até alegar que a estrutura do *Avaaz* – no momento inicial da escolha das causas – se assemelha ao modelo das tradicionais associações da sociedade civil, que atuam enquanto mediadoras, captando os ecos dos problemas sociais que ressoam nas esferas privadas, condensando-nos e os transmitindo, a seguir, para a esfera pública política (HABERMAS, 1997). Mas tal mediação exige um canal aberto de trocas com a sociedade civil, para que a captação de tais ecos possa ter menos ruídos. Como já vimos, o ciberespaço viabiliza a possibilidade desse canal de trocas. A inserção do debate no interior da comunidade *Avaaz* pode, inclusive, dar mais legitimidade às causas que ela venha a defender, uma vez que quanto maior for o grau de envolvimento e participação



da opinião pública em determinada causa política, maior será seu estímulo para cobrar mudanças.

Considerações Finais

Neste trabalho, tentei associar as discussões sobre as potencialidades das novas mídias a uma discussão sobre modelos de democracia e participação popular, além de inserir questões sobre a dimensão planetária de uma nova esfera pública em formação. Com tais elementos, analisei brevemente o tipo de ativismo feito pela organização online *Avaaz*. Num trabalho com uma abrangência teórica tão grande, é desnecessário dizer que muitas ressalvas deixaram de ser feitas. Neste espaço, tentarei me ocupar superficialmente de algumas delas.

Inicialmente, quando se associa a internet a um potencial deliberativo, não se quer dizer que as conversações no ciberespaço seguem sempre as condições ideais de fala como teorizadas por Habermas. Aliás, são poucos os momentos em que isso acontece. Normalmente, as conversas na rede mundial de computadores têm um caráter mais “anárquico”, e com frequência elas sequer têm a intenção de promoverem um debate. No entanto, temos que lembrar que as premissas habermasianas são normativas, por isso, o importante nessa linha de pensamento é que há, no ciberespaço, *um maior potencial deliberativo* do que na estrutura das mídias de massa. Se tais espaços existem, eles vão depender do uso que será feito deles.

Ou seja: não se trata de um determinismo técnico, já que a simples existência de novas possibilidades abertas pelos meios digitais não garante que os cidadãos necessariamente a utilizarão em prol de um mundo mais democrático. É necessário levar em conta que é a bagagem cultural e a percepção de mundo dos cidadãos que vai influenciar no uso que eles farão dos novos meios. Também não quero dizer que antes da internet não existiam movimentos capazes de ganhar dimensão global. O que muda, com os novos meios, é a facilidade de articulação:

Certamente, os movimentos anarquistas, socialistas, comunistas, fascistas, liberais, cristãos, ecologistas e outros, não esperaram a internet para construir as “internacionais”. A verdadeira inovação consiste na flexibilidade e facilidade dos processos de coordenação, tornando-se ainda mais móvel hoje com os dispositivos de conexão sem fio à Internet e com a força testemunhal dos mesmos (Lemos; Levy, 2010, p. 159).

Outro ponto importante de ser ressaltado é que, hoje, as novas mídias funcionam ainda dentro de uma lógica instaurada pela comunicação de massa, que criou a chamada



sociedade do entretenimento, caracterizada pelo esvaziamento do debate e da ação políticos. Neste sentido, é fácil de entender a razão pela qual, dentro das mídias sociais, por exemplo, o entretenimento ainda seja um fim bem maior do que o debate público. Se isso vai mudar ou não, somente o uso que os cidadãos farão das novas tecnologias daqui para frente poderá responder.

Por fim, volto a mencionar que a exclusão digital ainda é um forte empecilho para o exercício da cidadania democrática dentro do ciberespaço. Mas se ainda nos falta o acesso irrestrito à comunicação nos meios digitais, também é verdade que uma maior atuação política dos cidadãos não depende somente dele. Para que um conjunto de pessoas queira e possa utilizar a internet para fins democráticos, elas têm que ter uma bagagem cultural que permita as articulações e que, principalmente, permita que ela perceba a importância de sua participação na vida pública. Para tanto, o processo educacional é essencial na construção da utopia de uma real emancipação humana.

Tendo isso em vista, ressalto novamente que o ciberespaço traz novas possibilidades, que estão começando a ser utilizadas e cujos efeitos estão começando a aparecer. Levando em conta esse potencial, creio que a institucionalização de formas de participação pública nas decisões políticas pode vir a ocorrer através dos próprios mecanismos da democracia representativa. O aumento da pressão popular por participação política, que pode crescer graças ao espaço novo que a opinião pública tem para se manifestar, pode ganhar força para, em algum momento, conseguir modificar, dentro das próprias regras da democracia representativa, o espaço dado por ela para a participação popular. Em última instância, pelo menos em um momento do sistema de democracia representativa a opinião pública é decisiva: durante as eleições. Se a sociedade civil passar a considerar necessária uma mudança nas regras democráticas que abra um maior espaço para a decisão política da opinião pública, essa mudança de postura pode dar força, por exemplo, a candidaturas que se proponham a esse fim.

REFERÊNCIAS

BOBBIO, N. **Liberalismo e democracia**. São Paulo: Brasiliense, 2000;

BAUMAN, Z. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.



BULI, L. (Some) Justice for Martine: How a young girl's murder led to a boycott of Coca-Cola. **Newsweek**, 20 de março de 2011. Disponível em: <<http://www.newsweek.com/2011/03/20/some-justice-for-martine.html>> Acesso em 08 de maio de 2011

FARIA, C. Democracia deliberativa: Habermas, Cohen e Bohman. **Revista Lua Nova**, São Paulo, n. 49, 2000.

GOMES, W. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, Porto Alegre, vol. VII, n 3, p. 214-222, 2005.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HABERMAS, J. **Direito e Democracia**: entre facticidade e validade. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, volume II, 1997.

KEVADA, A. Collective action and the social web: Comparing the architecture of Avaaz.org and Openesf.net. In: **Communicative approaches to politics and ethics in Europe**. Tartu: Tartu University Press, 2009.

LEMOS, A. Nova esfera conversacional. In DIMAS, A. et al. **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro: Ed. E-Papers, 2009. p.9-30.

LEMOS, A; LEVY, P. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

MEDEIROS, P. **Mídias sociais e a influência da opinião pública nas tomadas de decisão da esfera privada**: Os Protestos Contra o Uso de Peles pela Indústria da Moda. In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2011, Maceió. Disponível em <<http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-1014-1.pdf>>.

NASCIMENTO, M. Rousseau: da servidão à liberdade. In: WELFORTH, F. (org) **Os clássicos da política 1**. São Paulo: Editora Ática, volume 1, 2001.

SANTOS, B. (org) **Democratizar a democracia**: os caminhos da democracia participativa. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SCHIECK, Mônica. **Ciberativismo**: um olhar sobre as petições online. In: BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/schieck-monica-ciberativismo.pdf>> Acesso em: 10 de maio de 2011.

WELARATNA, D. **Globalization in Action**: 'Avaaz'. 2009. Disponível em: <http://www.newschool.edu/mediastudies/immediacy/09/spring/papers/avaaz_deepthiweklaratna.pdf>. Acesso em 10 de maio de 2011.