

As rupturas nos fluxos de comunicação política entre a opinião pública e as instâncias políticas¹

Sérgio Roberto TREIN²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, RS

Resumo

A comunicação política liga a ação dos políticos com a sociedade. É um caminho de duplo sentido: as instâncias políticas informam o seu trabalho, mas também a sociedade informa suas questões. Em função do clima de desconfiança e dos repetidos casos de corrupção no país, nas manifestações de 2013 a opinião pública provocou uma ruptura nos fluxos de comunicação política. A sociedade cansou de não ser atendida. Mesmo sendo alvo das manifestações, os governantes apoiaram os protestos, quando suas decisões políticas justamente é que motivaram estas mobilizações. Também os governos romperam os fluxos de comunicação política. Através da perspectiva funcionalista, que permite analisar as relações entre os meios de comunicação e a sociedade, o objetivo deste estudo é o de buscar uma reflexão crítica para as manifestações que vêm sendo realizadas no Brasil, em 2013.

Palavras-chave: comunicação política; desconfiança; manifestações; opinião pública.

Os fluxos de comunicação política

O interesse maior pela aproximação entre a política e a comunicação vem ocorrendo, em especial, a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, ainda no século XIX. E, de forma mais atenta e preocupada, com base nos efeitos de persuasão verificados em função destes meios. Na opinião de Moragas (1985, p. 10), “uma primeira série de estudos sobre comunicação e política se refere às práticas de dois movimentos: o nazismo e o leninismo”. Em torno destes movimentos e de sua grande transcendência, complementa o autor, gerou-se uma reflexão teórica que, junto com a

¹ Trabalho apresentado no DT Publicidade e Propaganda do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação Política. Coordenador do curso de Publicidade e Propaganda na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). E-mail: sergiotrein@uol.com.br.

História, entrevistaram outras disciplinas, como a Psicologia e, em especial, a Psicologia das Massas. Anos depois, na década de 1970, esse estudo voltou a ser aprofundado, por causa da crescente utilização das técnicas de comunicação nos períodos de campanhas eleitorais. Por causa disso, segundo Gingras (1998), a relação entre a política e a comunicação ganhou uma nova dimensão, em função do impacto causado pelas técnicas persuasivas, que modificaram, consideravelmente, as práticas políticas. Como afirma a autora, esse aspecto determinou, inclusive, uma visão distorcida do conceito de comunicação política, comparando-o a um conjunto de receitas, que traria maior ou menor êxito àquele que pretendesse passar no teste midiático.

Para Wolton (1999), as mudanças no conceito de comunicação política são normais, porque estariam baseadas no próprio desenvolvimento humano e na constante evolução das sociedades. Seria natural, portanto, que o conceito também sofresse modificações em sua compreensão de sentido. De acordo com o autor, inicialmente, a definição de comunicação política referia-se ao estudo da comunicação feita a partir do governo – ou do poder constituído – para o eleitorado. Depois, referia-se, também, à troca de discursos entre a maioria e a oposição. Mais tarde, o estudo passou a envolver o papel da mídia na formação da opinião pública. E, por fim, à influência das pesquisas na vida política. Hoje, conforme Wolton (1999), o estudo da comunicação política tem um sentido mais amplo; afinal, a comunicação política refere-se a qualquer comunicação que tenha como objeto a política.

Neste sentido, complementa o autor, a comunicação política acaba sendo o instrumento que liga a ação e o pensamento dos políticos com a sociedade civil. Segundo Wolton (1998, p. 177), “a política é inseparável da comunicação, sobretudo em democracia, onde os políticos devem explicar suas propostas para ganhar as eleições ou assegurar a reeleição”. Na verdade, este é um caminho de duplo sentido: enquanto as instâncias políticas informam o seu trabalho, também a sociedade informa as suas opiniões e necessidades. Embora haja a participação cada vez maior dos meios de comunicação de massa na vida da sociedade, na opinião de Hohlfeldt (2001) há, também, uma contaminação da opinião a partir do forte e intenso processo de urbanização iniciado ainda no século XIX. A conjunção dos dois fatores – mídia e urbanização – acabou criando quatro modelos de comunicação, no sentido de aproximar os indivíduos das sociedades, de acordo com Miège (1998). O primeiro deles foi a imprensa de opinião, especialmente em oposição aos governos. O segundo modelo veio através da expansão da imprensa, de caráter mais

comercial e mais voltado às massas. Com os meios audiovisuais, como o cinema, o rádio e a televisão, formou-se um terceiro modelo. Por fim, o quarto e mais atual modelo da ação comunicação-política surgiu com a ideia da comunicação generalizada, que permite fluxos de toda a ordem.

Um destes gêneros e formatos, mesclado à ideia da ação comunicação-política e seus fluxos de toda a ordem, deu origem ao ativismo digital – também definido como ciberativismo ou ativismo *online*. O objetivo deste novo movimento é o de divulgar causas, fazer reivindicações e organizar mobilizações. Na opinião de Ugarte (2008, p. 77), esta nova forma de ativismo pode ser definida como:

Toda estratégia que persegue a mudança da agenda pública, a inclusão de um novo tema na ordem do dia da grande discussão social, mediante a difusão de uma determinada mensagem e sua propagação através do ‘boca a boca’ multiplicado pelos meios de comunicação e publicação eletrônica pessoal.

Na mesma linha de raciocínio, Moraes (2001) refere-se a este ciberespaço – aqui dimensionado como um espaço de ciberativismo – como sendo uma arena complementar e de mobilização e politização, que não pode ser considerado algo isolado e exclusivo; mas, sim, um ambiente que se soma às assembleias, passeatas, atos públicos e ações de panfletagem. Sendo, pois, um espaço composto e complementado pelo real e pelo virtual, apresentam-se duas questões essenciais de discussão: primeiro, como pode se aferir a real territorialização destes movimentos. Ou seja, quanto, de fato, acaba se constituindo em ações concretas no ambiente não-virtual e quanto acaba se restringindo a manifestações que não saem do espaço virtual. Como um segundo ponto de discussão, podemos ir mais adiante e levantar outro aspecto: a real efetividade destes movimentos e lutas, em relação aos direitos pelos quais reivindicam. Ainda que a Internet e as redes sociais sejam de livre acesso, de baixo custo e tenham a possibilidade da divulgação instantânea de informações e o respectivo alcance imediato destas mensagens postadas; da mesma forma, também é possível afirmar que – mesmo sendo de livre acesso – não há um empoderamento digital amplo, nem do ponto de vista individual e nem em termos comunitários. Ou, também, de que estes movimentos conquistem os resultados pretendidos.

Para entender melhor de que ativismo digital estamos falando, Vegh (2003) classifica este tipo de manifestação em três categorias: conscientização e apoio, organização

e mobilização, e ação e reação³. De acordo com o autor, a categoria conscientização e apoio representa o ativismo estruturado como fonte de informação. Ou seja, tem como objetivo conscientizar os internautas sobre determinadas causas defendidas. Para isso, em geral, os discursos são disseminados em *sites*, comunidades virtuais, *blogs*, perfis em redes sociais, entre outros. E, como resultado, buscam o apoio do público para as mais diversas causas. Não só pela simpatização destes indivíduos à causa, como, também, esperando o compartilhamento das informações nas plataformas digitais. Segundo os estudos de Izurieta (2003), é possível afirmar que este tipo de ativismo digital está relacionado a um tipo de comunicação definido como comunicação pró-ativa, justamente quando alguém toma a iniciativa de mostrar as suas ações (exemplo de governos, ONG's, entidades, empresas etc).

Já o ativismo denominado organização e mobilização, conforme Vegh (2003), une tanto a plataforma *online*, como o que está relacionado com o *offline*. No caso, o *online* é utilizado para convidar e conclamar indivíduos para as ações *offline*, como passeatas, atos de protesto, manifestações e outros. O grande risco, na opinião do autor, é que as ações executadas no ambiente *online* produzem resultados e participações muito maiores do que a sua conclusão, no mundo *offline*. Há várias hipóteses para justificar isso. Entre elas, com base em Fagen (1971), de que esse tipo de informação chega às pessoas em meio a outras tantas informações, tais como esportes, crimes, fatos do cotidiano e uma porção bastante grande de entretenimento – especialmente nas redes sociais e na *web*. Outra hipótese possível é de que as pessoas não vivem política vinte e quatro horas por dia.

Um terceiro ponto que pode, ainda, ser cogitado é a falta de confiança da população nas instituições democráticas. Segundo Moisés (2005), o conceito de confiança vem ganhando destaque nas Ciências Sociais e Humanas nas últimas décadas. Especificamente, no âmbito político, continua o autor, o termo tem sido utilizado para enfatizar a sua influência para a consolidação e a estabilidade dos regimes democráticos. De acordo com Hirst (2002), haveria uma crise da democracia formal, o que, por sua vez, levaria, então, a uma desconfiança nas instituições. Esta crise, conforme o autor, pode ser identificada como o resultado de quatro fatores: o declínio da participação política, em razão de uma alienação dos cidadãos e de uma insatisfação com os políticos; a perda da capacidade de governança por parte das administrações públicas; a preferência dos cidadãos em relacionar-se com a

³ A categoria ação e reação, segundo Vegh (2003) corresponde a uma espécie de *hacktivismo*, que consiste em ações como as invasões de sites. Para este estudo, a categoria não será aprofundada.

política via meios de comunicação; e o crescimento de associações informais e locais, que oferecem soluções alternativas e mais imediatas à população.

À exceção do terceiro item, para Hirst (2002), as demais questões têm relação com o desencanto das pessoas com os programas sociais dos governos, principalmente quanto à pobreza, ao desemprego e à decadência na qualidade de vida. Outro fator, contudo, que contribui para este cenário de desconfiança – sobretudo a desconfiança nos políticos – é a hipótese de corrupção. Isso acontece, como afirma Pharr (2000, p. 192), em função da “conduta das autoridades oficiais no cargo, observada em escândalos de corrupção ou éticos, socialmente construídos os não”. Na opinião de Baquero (2005, p. 103), “a corrupção, prática recorrente no cenário político do país, gera uma imagem negativa da política e dos políticos, tendo papel central na crise de legitimidade dos regimes democráticos”. A soma de todos estes fatores poderia gerar, segundo o autor, não apenas uma crise de representação política, mas, também, uma crise de representação social, em função de uma indiferença dos indivíduos quanto às normas, regras e comportamentos que devem cumprir e adotar como membros de uma coletividade.

Através da perspectiva funcionalista⁴, que permite analisar as relações entre os meios de comunicação e a sociedade, o objetivo deste estudo é o de buscar uma reflexão crítica, com base nas principais bases teóricas da comunicação política, sobre as diversas manifestações que vêm sendo realizadas no Brasil, em 2013. Ainda que a intenção desta pesquisa não seja a de encontrar respostas, ela busca, sim, reforçar a hipótese de uma ruptura nos fluxos de comunicação política entre a opinião pública e as diferentes instâncias políticas brasileiras.

As rupturas dos fluxos nas manifestações de 2013

O conceito de velocidade, dentro da política, foi estudado pelo autor francês, Paul Virilio. Para o autor, especialmente em duas de suas obras . **Velocidade e Política** e **A Arte do Motor**, ambas ligadas ao império da velocidade e suas consequências no comportamento do homem atual. Virilio mostra como os processos históricos de construção

⁴ O método funcionalista foi definido por Robert Merton, ao identificar a sociedade como um sistema de partes integradas ou subsistemas interligados. Segundo o autor (1964), os meios de comunicação são um dos instrumentos de continuidade, ordem, integração, motivação, guia e adaptação utilizados pela sociedade para manter as relações entre as pessoas, tanto em nível individual, como coletivo.

social vêm perdendo espaço e o homem tem ficado subjugado a essa questão da aceleração. Para o autor, a massa não é um povo, é uma multidão de passantes, que não atinge sua forma ideal nos locais de produção e, sim, quando se torna produtor de velocidade. De acordo com Virilio (1996), para os diversos ‘bandos revolucionários’, é mais importante conservar a rua do que ocupar prédios. Ou seja, os prédios são estáticos, enquanto a rua é local de passagem, de velocidade. Para Goebbels (s/d *apud* Virilio, 1996), quem conquistar a rua, conquistará também o Estado. Isso exige uma nova linguagem de massa, onde a propaganda deve ser feita diretamente pela imagem, e não por escrito. Espaço, tempo, velocidade, imagem, política. Tudo isso vira uma ilusão da ideologia do progresso. Aquele que se move, usa os meios para mostrar o que está feito e o que ainda pode ser feito.

Através do ativismo digital, seja na dimensão conscientização e apoio ou na organização e mobilização, nas manifestações de 2013 a opinião pública provocou uma ruptura nos fluxos de comunicação política que vinham sendo estabelecidos até então, entre a opinião pública e as instâncias políticas. Ou seja, parece que a sociedade ‘cansou’ de informar as suas demandas e necessidades e não ser atendida. Desta forma, pelas manifestações verificadas em todo o Brasil – excluindo-se, é claro, as demonstrações e atos de vandalismo – este ‘cansaço’ da opinião pública estaria totalmente alinhado aos pensamentos de Hirst (2002), Pharr (2000) e Baquero (2005), para quem haveria um clima de desconfiança. Só que agora, mais do que uma desconfiança, estaria ocorrendo, então, uma ruptura.

Ao invés dos tradicionais gêneros e formatos que podem se transformar em canais de comunicação, conforme a definição de Ochoa (1999), mas que não estariam mais cumprindo a sua função de ouvir as pessoas, de acordo com os estudos de Izurieta (2003), a massa adotou, portanto, o comportamento da velocidade, classificado por Virilio (1996). Ocupar as ruas – e o mais rápido possível – tornou-se a principal estratégia, em detrimento às atitudes tomadas até então. E, diferente de toda e qualquer manifestação anterior no país, cujos protestos concentravam-se em um único ponto de cada cidade, desta vez as mobilizações que vêm ocorrendo em 2013 se caracterizam por não serem estáticas. Elas se movem, cruzam as ruas, movimentam-se, demonstrando claramente sua velocidade, sua noção de ocupação de espaço e transmitindo não mais a sua palavra; mas, sim, a sua imagem. A velocidade como a opinião pública tem se movimentado nas ruas transformou-se na principal voz da massa. Nesse ritmo, é como se a multidão quisesse chegar a algum lugar; um lugar no qual suas palavras já não chegam mais. Pelas medidas políticas adotadas

pelas Prefeituras, ao reduzir as passagens de ônibus, e pelo Congresso Nacional, ao não aprovar o Projeto de Emenda Constituinte – conhecido como PEC 37 – a velocidade da massa realmente chegou onde as palavras já não alcançavam o seu objetivo.

Entretanto, mesmo que as manifestações e suas características de velocidade se alinhem às ideias de Virilio (1996), é importante reconhecer e verificar de que multidão de passantes estamos falando. E, em especial, de quais ruas e espaços esta multidão se apodera. Afinal de contas, como afirma Canclini (2002), não podemos esquecer de que os meios de comunicação redefinem os limites urbanos, aumentando-os ou diminuindo-os; distinguem claramente o interior e o exterior da cidade imaginada; e deixam claro o que está dentro e fora dela. Isso fica evidenciado na própria cobertura que a mídia faz das manifestações. Ela privilegia os protestos nas capitais e nos grandes centros, praticamente deixando à margem o que está fora destas cidades.

Na opinião de Canclini (2002), o jornal foi o primeiro recurso tecnológico que os cidadãos tiveram para se informar sobre a cidade. A imprensa, como complementa o autor, contribui para mostrar a imagem de uma cidade massiva e complexa; por isso, com maior frequência, mostra cenários facilmente identificáveis. De maneira esporádica e com ares de reportagem especial, às vezes, até mostra lugares pouco conhecidos da grande maioria, como se fosse um lugar jamais imaginado que existisse. Este papel de pensar a cidade é, facilmente, percebido nos jornais, através de cadernos especiais, colunas específicas, editoriais da cidade e das seções de cartas. No caso referido acima, das cidades menores e suas manifestações em 2013, justamente elas figuram nestes cadernos especiais com características de espetáculo.

Outro veículo, o rádio, de forma mais instantânea que a imprensa, também se torna importante neste processo de cidade imaginada porque, ao dar voz aos cidadãos, possibilita expressar os sentimentos da vida urbana. A razão para esta afirmação, conforme Canclini (2002, p. 46), é que “centenas de ligações buscam diariamente amplificar reclamações, pedir a solidariedade dos próprios locutores ou, ainda, de outros ouvintes”. O rádio cumpre, assim, na opinião do autor, um papel de informar sobre a ordem das cidades, falando do tempo, do trânsito, de manifestações de rua. Também no rádio, novamente, há preferência da cobertura das manifestações nas grandes cidades. O que está fora dela tem peso menor.

Da mesma maneira que o rádio, a televisão desenvolve estas mesmas funções. A vantagem da TV, em relação ao rádio, é que ela tira proveito das imagens, como ressalta Canclini (2002), que – através do auxílio de helicópteros – percorre o espaço urbano, coloca

câmeras no “lugar dos fatos”, entrevista pessoas que viveram determinadas situações. Para a multidão de passantes, especialmente no caso das manifestações e protestos que se apoderam das ruas, a televisão é praticamente fundamental, pois sua propaganda essencial se constrói através das imagens.

O grande problema das cidades intermediadas pela comunicação de massa, segundo o autor, é que, ao invés de oferecer informações que orientem os indivíduos na crescente complexidade de interações urbanas, os meios de comunicação ajudariam a imaginar uma cidade diferente. Ou seja, os indivíduos poderiam ter uma visão distorcida do próprio ambiente em que vivem. Uma possível consequência direta disso seria uma perda da dimensão exata do contrato social, uma vez que a mídia tem o poder de criar cidades e comunidades virtuais no imaginário das pessoas. O efeito desta nova construção faria com que as comunidades organizadas pela mídia substituíssem, então, os encontros nas praças, os salões de baile e os estádios pelos não-lugares das redes audiovisuais (CANCLINI, 2002). As comunidades criadas pelos meios de comunicação, segundo o autor, poderiam pressupor um contrato social também imaginário, principalmente pelo fato de que não haveria apenas cidadãos imaginados pelos meios, mas cidadãos imaginados pelos próprios cidadãos.

Na ação de organização e mobilização das manifestações de 2013 também criou-se um outro tipo de categoria de ‘cidadão imaginado’: desta vez, porém, não mais pela mídia, mas imaginado por cada um, por si próprios, em suas redes sociais e comunidades virtuais. Constituiu-se, assim, nos encontros nas ruas, uma massa de passantes que até então sequer se conheciam. Sem dúvida, um risco a mais para a ideia de contrato social, pois o outro se torna um outro imaginado. Outro fator importante, em termos de comunicação, é que embora rompendo os tradicionais fluxos de comunicação política, além da imagem de velocidade, os manifestantes adotaram a sua própria comunicação identitária. Isso ficou evidente em dois aspectos principais: primeiro, ao privilegiar a ideia de massa e renegar a presença de qualquer bandeira política no movimento, para tirar o caráter partidário desta multidão de passantes e reafirmar, assim, o seu descontentamento e sua desconfiança com qualquer instância política.

Em segundo lugar, ao apresentar-se como um movimento sem líderes e dentro do espírito da massa como um corpo único, inicialmente, também como uma imagem dos manifestantes, as pessoas utilizaram máscaras, conforme a figura a seguir:



A máscara, na verdade, tornou-se uma espécie de símbolo nos mais diferentes protestos realizados em todo o mundo, como em Nova Iorque, Londres, Colônia e outras cidades. Em um movimento sem bandeiras políticas, a máscara transformou-se praticamente na principal marca dos protestos. Popularizada pelo filme V de Vingança, o autor de quadrinhos Alan Moore se inspirou na história do revolucionário Guy Fawkes para criar o personagem V, um enigmático anarquista que, tendo Fawkes como ídolo, luta para derrubar do poder um partido fascista fictício que assumiu o controle da Grã-Bretanha⁵. Guy Fawkes e outros revolucionários católicos foram condenados à morte após uma tentativa frustrada de explodir as Casas do Parlamento e tomar o poder na Inglaterra, no século XVII. No começo do livro de Alan Moore, V leva a cabo o plano original de Fawkes e realmente explode as Casas do Parlamento. O desenhista David Lloyd, responsável pelas ilustrações, criou a imagem original da máscara, lançado em 2006 no filme V de Vingança.

A imagem que o movimento cria de si próprio, ao adotar esta simbologia, acaba se enquadrando no pensamento de Canclini (2002), dos cidadãos imaginados pelos próprios cidadãos. Ou seja, é como se todos no movimento soubessem o que representa a máscara, quando, na verdade, trata-se de um adereço relacionado a um filme do universo jovem. Haveria, portanto, no movimento, uma segmentação do conceito de massa. A própria máscara era vendida a um custo de R\$ 35,00⁶. De certa forma, uma incoerência com um movimento que reivindicava a redução no custo da passagem de ônibus, entre outras coisas. Estas e outras questões talvez tenham tornado mais difícil a compreensão dos movimentos, especialmente em suas ações e protestos iniciais, pois além da opinião pública ter rompido

⁵ <http://economia.ig.com.br/criseeconomica/mascara-inspirada-em-personagem-ingles-e-adotada-em-protestos/n1597325434102.html>, acessado em 27/06/2013.

⁶ Valor referencial nas lojas de Porto Alegre/RS.

os tradicionais fluxos de comunicação política com as instâncias políticas, ela o fez muito dentro de sua própria lógica (se é que se pode definir que havia uma lógica neste sentido).

Por fim, ainda nesta questão das rupturas dos fluxos de comunicação política, não se pode deixar de lado a posição ocupada por boa parte dos governos nestas manifestações. Por tudo o que se viu ao longo deste estudo – e os próprios protestos deixaram isso bem claro – a opinião pública demonstrou a sua insatisfação por não ser ouvida pelas mais diversas instâncias políticas. Curiosamente, mesmo sendo alvo das manifestações, os governantes deram total apoio às ações de rua, somando-se a esta massa descontente, quando, na verdade, as suas decisões políticas é que justamente motivaram estas mobilizações todas. Também por este aspecto, percebe-se uma ruptura total nos fluxos de comunicação política, pois – para se defender e mostrar o seu trabalho – as administrações públicas justamente deveriam comunicar o que está sendo feito. Ao romper com os fluxos, estas administrações acabam, inclusive, legitimando os protestos. Ou, como afirma Izurieta (2003), se um governo não diz nada ou diz muito pouco, passa a impressão de que também não faz nada.

Considerações finais

Desde a implantação da República, ainda no século XIX, o Brasil vem alternando ciclos autoritários com ciclos democráticos. O resultado destes fenômenos históricos se refletiu na falta de formação de uma cultura política mais sólida, na consequente ausência de uma maior participação coletiva e, em termos de contrato social, na pouca disposição do povo em cobrar mais responsabilidade dos seus representantes. Ao que tudo indica, com o final dos sucessivos Governos militares, o país parece finalmente ter encontrado a sua estabilidade política, vivendo uma nova fase, ainda de uma jovem democracia. Entretanto, esta jovem democracia ainda não foi o suficiente para reverter certos quadros de desconfiança e, também, de evitar as constantes crises e irregularidades na política brasileira.

Percebe-se, ainda, a existência de um certo vazio político. Por mais que as manifestações de rua, em 2013, tenham mostrado a sua força e o descontentamento da opinião pública, também é verdade que as pessoas não frequentam os espaços de discussão política, como as Câmaras de Vereadores e as Assembleias Legislativas. Não lembram em

quem votaram. Se lembram, muitas vezes sequer acompanham o trabalho desempenhado por aquele parlamentar. Preferem acompanhar tudo por intermédio dos meios de comunicação. Contudo, quando estes mesmos meios apresentam os fatos, parece produzir pouco ou quase nenhum efeito junto à população, pois os personagens envolvidos nas denúncias muitas vezes se repetem, quase sempre são os mesmos e, mesmo assim, sempre retornam a suas funções políticas, eleitos pelo voto do povo.

E agora, diante de um novo cenário, proporcionado pelo ativismo digital, em que a própria população é protagonista e tem a oportunidade de empoderar-se, os resultados ainda se mostram bastante distantes da democracia ideal imaginada. A opinião pública, que deveria controlar o contrato social, como definiu Rousseau (1978), ainda carece de uma maior e efetiva participação política (aqui não restrita ao sentido político-partidário). As manifestações de 2013 deram uma demonstração de empoderamento. Mas será preciso que esta massa permaneça nas ruas para mostrar isso?

Uma vantagem do ciberativismo é a possibilidade de surgimento de novas lideranças, especialmente em função do livre acesso à Internet e do baixo custo de produção e disseminação das mensagens. Por outro lado, um erro comum cometido em função justamente dos bons exemplos e bem-sucedidos de ativismo digital, é pensar que o tipo de estratégia e mobilização verificado em determinado lugar se repetirá e terá o mesmo resultado em outro contexto. Afinal, a Internet permite que as pessoas se conectem a quem quiser no mundo e que todos no mundo tenham acesso a todos. Porém, não significa que o global prevaleça sobre o local e suas peculiaridades regionais.

Em termos de propaganda política, mesmo com suas potencialidades, a Internet é apenas mais uma ferramenta, assim como – ao longo da história da humanidade – já foram (e continuam sendo) a palavra falada, as imagens, as artes, os ídolos, as estátuas, a arquitetura, as artes, os espetáculos públicos, as cerimônias civis ou religiosas, a imprensa e, mais tarde, os meios audiovisuais. E todos, em seus momentos diversos, tiveram um papel revolucionário, no sentido de convencimento, da formação ou confirmação da opinião, da coesão de grupos ou do fortalecimento de novos grupos. Mesmo sendo instrumentos de propaganda política, nenhum deles teve um olhar, uma interpretação e um entendimento apenas do ponto de vista político, pois não são isolados e à parte da própria sociedade.

Diversos autores importantes têm se dedicado ao tema da Internet e de toda uma cultura digital que se forma nesta área, como Pierre Lèvy, Manuel Castells, Paul Virilio,

Jean Baudrillard, entre tantos outros. Boa parte dos estudos analisa os tipos de sociedades que se formam a partir desta cultura de convergência. Por outro lado, há, também, estudos recentes que abordam os tipos de relações sociopolíticas que se estabelecem e se constroem na atualidade. Em especial, como já foi mencionado antes, em função de toda uma imagem de desconfiança em torno dos políticos e das instituições políticas.

Por isso, é importante que a comunicação política tenha cada vez mais uma visão interdisciplinar de conceitos, buscando conhecimentos advindos das áreas da Ciência Política, da Sociologia, da Psicologia, da História e da própria Comunicação. Quanto mais olhares tivermos, quanto mais entendimentos forem somados, maiores serão as contribuições em torno da opinião pública. Afinal, como afirma Tarde (1992), nossa maneira de medir a opinião pública ainda é imperfeita. Nada se sabe fora das consultas eleitorais. Mesmo que esta afirmação seja, originalmente, de 1901, ela permanece atual. Bauman (2009) reforça esta questão ao observar que a nossa sociedade perdeu seus espaços públicos de discussão para a solução de problemas. As manifestações e protestos de rua parecem demonstrar isso, pois indicam que é a sociedade quem está tentando recuperar aquilo que a própria sociedade perdeu e abriu mão do ponto de vista político e social.

Referências

BAQUERO, Marcello et al. **Bases de um novo contrato social? Impostos e Orçamento Participativo em Porto Alegre**. Campinas: Opinião Pública, Vol. XI, nº 1, março, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Em busca da política**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

CANCLINI, Néstor Garcia. Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação. Campinas: **Opinião Pública**, v. VIII, n.º 1, p. 40-53, 2002.

FAGEN, Richard R. **Política e comunicação**. Rio de Janeiro: Zahar Eds., 1971.

GINGRAS, Anne-Marie. El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas. In.: GAUTHIER, Gilles; GOSSELIN, André; MOUCHON, Jean (Orgs.). **Comunicación y política**. Barcelona: Gedisa, 1998.

HIRST, P. **Renewing democracy through associations**. The political quarterly publishing company. Oxford (EUA): Blackwell, 2002.

HOHLFELDT, Antonio. As origens antigas: a comunicação e as civilizações. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

IZURIETA, Roberto et al. **Estrategias de comunicación para gobiernos**. Buenos Aires: La Crujia, 2003.

MIÈGE, Bernard. El espacio público: más allá de la esfera política. In: GAUTHIER, Gilles; GOSSELIN, André; MOUCHON, Jean (Orgs.). **Comunicación y política**. Barcelona: Gedisa, 1998.

MOISÉS, José Álvaro. **A desconfiança nas instituições democráticas**. Campinas: Opinião Pública, Vol. XI, n^o 1, março, 2005.

MORAES, Dênis de. **O ativismo digital**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>

MORAGAS, Spa, Miguel de. **Sociología de la comunicación de masas**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1985.

OCHOA, Oscar. **Comunicación política y opinión pública**. México: McGraw-Hill, 1999.

PHARR, S. Officials' misconduct and public distrust: Japan and the trilateral democracies. In.: PHARR, S.; PUTNAM, R. D. (Eds.). **Disaffected democracies what's troubling the trilateral countries?** Princeton: Princeton University Press, 2000.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Do Contrato Social; Ensaio sobre a origem das línguas; Discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens; Discurso sobre as ciências e as artes**. São Paulo: Editora Abril Cultural, 1978.

TARDE, Gabriel. **A opinião e as massas**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

UGARTE, David de. **O poder das redes: manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas chamadas a praticar o ciberativismo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008

VEGH, S. Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank. In: MCCAUGHEY, M., AYERS, M.D. (org.). **Cyberactivism: online activism in theory and practice**. London: Routledge, 2003.

WOLTON, Dominique. Las contradicciones de la comunicación política. In: GAUTHIER, Gilles; GOSSELIN, André; MOUCHON, Jean (Orgs.). **Comunicación y política**. Barcelona: Gedisa, 1998.

WOLTON, Dominique. **Sobre la comunicación:** Una reflexión sobre sus luces y sus sombras. Madrid: Acento, 1999.

Site consultado:

<http://economia.ig.com.br/criseeconomica/mascara-inspirada-em-personagem-ingles-e-adotada-em-protestos/n1597325434102.html>, acessado em 27/06/2013.