



UFSM

Dissertação de Mestrado

**POLÍTICA E PARTICIPAÇÃO: ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS UTILIZADAS PELA
CANDIDATA MANUELA D'ÁVILA NA CAMPANHA À
PREFEITURA DE PORTO ALEGRE EM 2012**

Gabriela Assmann

PPGCOM

Santa Maria, RS, Brasil

2014

**POLÍTICA E PARTICIPAÇÃO: ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS UTILIZADAS PELA
CANDIDATA MANUELA D'ÁVILA NA CAMPANHA À
PREFEITURA DE PORTO ALEGRE EM 2012**

Gabriela Assmann

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Comunicação.**

Orientadora: Prof^a. Dr. Rejane de Oliveira Pozobon

Santa Maria, RS, Brasil.

2014

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Programa de Pós-Graduação em Comunicação**

**A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a dissertação de Mestrado**

**POLÍTICA E PARTICIPAÇÃO: ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS
COMUNICACIONAIS UTILIZADAS PELA CANDIDATA MANUELA
D'ÁVILA NA CAMPANHA À PREFEITURA DE PORTO ALEGRE EM
2012**

elaborada por
Gabriela Assmann

Como requisito parcial para obtenção do título de
Mestre em Comunicação

COMISSÃO EXAMINADORA:

Rejane de Oliveira Pozobon, Dr. (UFSM)
Presidente/Orientador

Alessandra Aldé, Dr. (UERJ)

Eugenia Mariano da Rocha Barichello, Dr. (UFSM)

Santa Maria, 27 de fevereiro de 2014.

AGRADECIMENTOS

Findado este processo é impossível não fazer alguns agradecimentos a quem foi parte fundamental no desenvolvimento desta pesquisa. Este trabalho é para vocês e por vocês.

O meu maior e melhor agradecimento aos meus pais, Carlos e Rose, que são exemplo de força, perseverança e amor. Não fosse toda importância que vocês sempre deram para a educação eu não estaria aqui hoje. Além disto, é necessário agradecer todo suporte, tenha sido ele material ou espiritual no andamento desta jornada. À Mariela, minha irmã, que é, sem dúvida nenhuma, a melhor do mundo. Eu nunca vou poder demonstrar toda a gratidão por ter na vida uma pessoa especial como você, e nem retribuir todas as vezes nas quais foi meu alicerce. Obrigada por tudo. É vocês que me fazem querer ser uma pessoa melhor. A vocês três meu maior e mais incondicional amor.

Aos meus amigos: muito obrigada. Pelas conversas, pelo ombro, pelas risadas, pelas hospedagens em Porto Alegre, pela ajuda sempre fundamental, pelos empréstimos de livros e gravadores, mas, sobretudo, pelo amor e por entenderem as vezes em que precisei estar ausente nestes dois anos e que não fui a amiga que vocês mereciam.

Aos colegas do mestrado: vocês foram a melhor turma que eu poderia ter tido. Muito obrigada! Tenho certeza que sem vocês do meu lado nesta jornada ela teria sido muito mais pesada. Os momentos difíceis talvez não tivessem sido superados se não estivéssemos lado a lado dividindo angústias, alegrias e dúvidas. Nunca duvidem que vocês são os melhores e que o mundo vai ser pequeno pra nós. Tenho orgulho de cada um. Meu agradecimento especial à Camila Marques: eu não teria conseguido sem você. Obrigada pela amizade no momento em que eu mais precisei. O mestrado me deu você de presente e estamos juntas pra sempre, minha irmã de alma.

Obrigada a todos os professores, funcionários e colegas do POSCOM. Será sempre um orgulho dizer que fiz parte deste programa que cresce e constrói coletivamente dia após dia. Meu agradecimento especial à Professora Eugenia, que nunca mediu esforços para o crescimento do POSCOM e que me ensinou lições que livro nenhum jamais ensinaria. Obrigada por sempre acreditar no meu potencial. Agradeço também aos colegas dos grupos de pesquisa de Comunicação Organizacional e Institucional e de Comunicação e Política pelas discussões sempre tão ricas. Eu aprendi e cresci muito junto de cada um de vocês. Minha gratidão também às Professoras Alessandra Aldé e Eugenia Barichello que aceitaram participar da banca de defesa deste trabalho e que, desde a qualificação, trouxeram contribuições importantes que nos possibilitaram concluir a pesquisa.

Agradeço à Manuela e equipe por todo auxílio e disponibilidade para esclarecimentos, mas, sobretudo, por acreditarem que um mundo melhor é possível, que a política precisa ser mais humana e que só tem sentido se melhorar a vida das pessoas. Um agradecimento especial à Flávia, que nunca mediu esforços para auxiliar na construção desta pesquisa. Obrigada também aos entrevistados que, através de suas palavras e memórias, fazem-se presentes nestas páginas.

Um agradecimento mais que especial à minha orientadora, professora Rejane Pozobon. Obrigada por sempre ter sido mais que orientadora, ter sido amiga, mãe e 'psicóloga'. Obrigada por aceitar o desafio de orientar este trabalho e de segurar a minha mão pra trilharmos juntas este caminho desafiador e novo para nós. Obrigada por me dar a segurança que eu tanto precisava nos momentos de angústia. Nada me deixa mais feliz do que saber que, assim como eu, você também se orgulha deste trabalho.

RESUMO

Dissertação de Mestrado
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Universidade Federal de Santa Maria

POLÍTICA E PARTICIPAÇÃO: ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS UTILIZADAS PELA CANDIDATA MANUELA D'ÁVILA NA CAMPANHA À PREFEITURA DE PORTO ALEGRE EM 2012

AUTORA: GABRIELA ASSMANN

ORIENTADORA: PROF^a DR. REJANE DE OLIVEIRA POZOBON
27/02/2014, Prédio 67: Santa Maria, 27 de Fevereiro de 2014.

Esta dissertação parte da noção de que vivemos em uma sociedade midiaticizada e em rede, fator que modifica as relações sociais e as lógicas dos mais diversos campos, inclusive da comunicação e da política. Nesse contexto, a presente pesquisa se propõe a investigar de que maneira determinadas estratégias comunicacionais empregadas pela campanha da candidata Manuela D'Ávila à prefeitura de Porto Alegre, em 2012, afetam a participação política. Assim, nosso problema de pesquisa é: em que medida e de que modo as estratégias comunicacionais utilizadas na campanha da candidata Manuela D'Ávila possibilitaram a participação política? Portanto, o objetivo geral do estudo é averiguar a relação existente entre as estratégias comunicacionais de promoção à participação política empreendidas pela campanha e a participação que, efetivamente, foi alcançada. Os objetivos específicos consistem em: analisar as estratégias comunicacionais de promoção à participação política empregadas pela candidata Manuela D'Ávila na campanha de 2012 à prefeitura de Porto Alegre; compreender as especificidades das estratégias que buscam fomentar a participação política na internet; observar, comparativamente, os tipos distintos de estratégias: convencional e para internet. Para alcançar essas metas, fizemos, primeiramente, uma revisão bibliográfica a partir das noções que movimentam a pesquisa. Depois, realizamos um estudo de caso da campanha da candidata Manuela D'Ávila, adotando, como unidades incorporadas de análise, as estratégias do Bairro a Bairro e do website Novas Ideias POA. Os dados que compõem o corpus do estudo foram coletados por meio de entrevistas em profundidade, documentação e observação.

Palavras-chave: comunicação e política; participação política; estratégias comunicacionais; campanhas eleitorais; Manuela D'Ávila.

Dissertação de Mestrado
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Universidade Federal de Santa Maria

**POLITICS AND PARTICIPATION: ANALYSIS OF THE
COMMUNICATION STRATEGIES USED BY THE CANDIDATE
MANUELA D'AVILA IN THE MAYOR ELECTION AT PORTO
ALEGRE IN 2012**

AUTHOR: GABRIELA ASSMANN

ODVISER: PROF^a DR. REJANE DE OLIVEIRA POZOBON

27/02/2014, Prédio 67: Santa Maria, 27 de Fevereiro de 2014.

This dissertation starts from the notion that we live in a mediatized and networked society, factor that modifies social relations and the logics of various fields, including communication and politics. In this sense, the present research purposes to investigate in which way certain communication strategies applied in the campaign of the candidate Manuela D'Ávila for Mayor of Porto Alegre, in 2012, affect political participation. So, our search problem is: in what measure and in which manner the communication strategies used by candidate Manuela D'Ávila's campaign enabled political participation? Therefore, the main objective of the study is to inquire the relation between the communication strategies of political participation promotion undertaken by the campaign and the participation that, effectively, was achieved. The specific objectives consist in: to analyze the communication strategies applied by candidate Manuela D'Ávila in Porto Alegre's municipal elections' campaign of 2012 to promote political participation; to comprehend the specificities of the strategies that seek to encourage political participation on the internet; to observe, comparatively, the distinct types of strategies: conventional and for internet. To achieve these goals, we did, at first, a bibliographic review from the notions that guide the research. Afterwards, we worked in a case study of candidate Manuela D'Ávila's campaign, embracing, as developer units of analysis, the strategies from Bairro a Bairro and the website Novas Ideias POA. The data that compose the corpus of study were collected by in-depth interviews, documentations and observation.

Keywords: communication and politics; political participation; communication strategies; campaigns; Manuela D'Ávila.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Manuela D’Ávila com o vice Nelcir Tessaro, o Governador Tarso Genro e o coordenador da campanha Beto Albuquerque na convenção de lançamento da candidatura	94
Figura 2 – Imagem de campanha.....	95
Figura 3 – Exemplo de convocação para a cobertura colaborativa da campanha.....	97
Figura 4 – Cabeçalho do site “Projeto Bairro a Bairro”.....	101
Figura 5 – Fragmento da página inicial do site “Projeto Bairro a Bairro”.....	103
Figura 6 – Postagem retirada do instagram de Manuela sobre visita do Bairro a Bairro à Vila Grécia	104
Figura 7 – Postagem retirada do instagram de Manuela sobre visita do Bairro a Bairro à Restinga.....	105
Figura 8 – Postagem do blog “Bola de Meia Bola de Gude”, fazendo um balanço do Bairro a Bairro	106
Figura 9 – Fragmento do “Projeto Bairro a Bairro” sobre a visita à Cruzeiro.....	107
Figura 10 – Uma das entradas do Bairro Cruzeiro.....	108
Figura 11 – Proximidades do Posto de Saúde do Bairro Cruzeiro.....	108
Figura 12 – Relato da visita à Vila Cruzeiro postado no site “Projeto Bairro a Bairro”.....	110
Figura 13 – Manuela D’Ávila conversando com moradores da Vila Cruzeiro durante o Bairro a Bairro.....	112
Figura 14 – Fragmento do “Projeto Bairro a Bairro” sobre a visita ao Bairro Glória..	116
Figura 15 – Rua na comunidade Jardim Marabá, no Bairro Glória.....	117
Figura 16 – Crianças na comunidade Jardim Marabá, no Bairro Glória.....	117
Figura 17 – Relato da visita ao Bairro Glória postado no “Projeto Bairro a Bairro”...	121
Figura 18 – Manuela andando na comunidade durante o Bairro a Bairro no Jardim Marabá.....	123
Figura 19 – Manuela e Carrion em roda de conversa no Jardim Marabá.....	124
Figura 20 – Cabeçalho do Site #NovasIdeiasPOA.....	131
Figura 21 – Página inicial do site #NovasIdeiasPOA.....	132
Figura 22 – Contribuições dos participantes no Site #NovasIdeiasPOA.....	133
Figura 23 – Detalhe da licença <i>Creative Commons</i> no site.....	134
Figura 24 – Fragmento do site #NovasIdeiasPOA com exemplo de vídeo postado.....	135
Figura 25 – Fragmento do site #NovasIdeiasPOA com exemplo de link postado.....	135
Figura 26 – Contribuição de Ana Maria no #SiteNovasIdeiasPOA.....	138
Figura 27 – Contribuição de Camila Luísa no #SiteNovasIdeiasPOA.....	139
Figura 28 – Contribuição de Camila Luísa no #SiteNovasIdeiasPOA.....	139
Figura 29 – Contribuição de Fabrício no #SiteNovasIdeiasPOA.....	140
Figura 30 – Contribuição de Sara no #SiteNovasIdeiasPOA.....	140
Figura 31 – Contribuição de internauta no site #NovasIdeiasPOA.....	146
Figura 32 – Contribuição de internauta no site #NovasIdeiasPOA.....	148
Figura 33 – Contribuição de internauta no site #NovasIdeiasPOA.....	148

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 PRÁTICAS PARTICIPATIVAS: AS POSSIBILIDADES NO CENÁRIO BRASILEIRO	15
1.1 CONCEITUANDO E CONTEXTUALIZANDO PARTICIPAÇÃO.....	16
1.2 O CONCEITO APLICADO EM ESTUDOS BRASILEIROS	28
1.3 PRÁTICAS PARTICIPATIVAS NO BRASIL	37
1.4 NOVAS FORMAS DE PARTICIPAÇÃO EM UMA SOCIEDADE MEDIATIZADA....	47
2 PARTICIPAÇÃO EM CAMPANHAS ELEITORAIS	55
2.1 INSTÂNCIA CIDADÃ, INSTÂNCIA POLÍTICA E INSTÂNCIA MUDIÁTICA: AS RELAÇÕES ESTRATÉGICAS NAS CAMPANHAS ELEITORAIS.....	55
2.3 O PAPEL DAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS NA PROMOÇÃO DA PARTICIPAÇÃO POLÍTICA EM CAMPANHAS ELEITORAIS.....	73
3 ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS UTILIZADAS NA CAMPANHA DA CANDIDATA MANUELA D'ÁVILA	83
3.1 A ESCOLHA METODOLÓGICA: ESTUDO DE CASO.....	83
3.2 O PERCURSO METODOLÓGICO EMPREENDIDO	87
3.3 A CAMPANHA DA CANDIDATA MANUELA D'ÁVILA A PREFEITURA DE PORTO ALEGRE EM 2012	91
3.2.1 O Bairro a Bairro	100
3.2.2 O Site #NovasIdeiasPOA	130
CONSIDERAÇÕES FINAIS	152
REFERÊNCIAS	156
APÊNDICES	Erro! Indicador não definido.

INTRODUÇÃO

O advento de tecnologias de comunicação cada vez mais modernas possibilitam, em tese, novas formas de comunicar e de participar e tem reestruturado as relações entre os indivíduos. Reestruturam-se, inclusive, as formas como os agentes da “instância política” (CHARAUDEAU, 2008) e da “instância cidadã” (CHARAUDEAU, 2008) se relacionam. Este contexto tem ocasionado mudanças que podem vir a contribuir na superação da crise, desde que em consonância com aspectos mais culturais como, por exemplo, o desenvolvimento de uma cultura política participativa.

Pensando nisso, diversos campos têm se preocupado com esta questão: o campo político, o campo científico, o campo comunicacional e a esfera civil, dentre outros. É no entrecruzamento desses campos e na ambição de esclarecer alguns questionamentos que surge esta pesquisa.

Este estudo intitulado “Política e Participação: análise das estratégias comunicacionais utilizadas pela candidata Manuela D’Ávila na campanha à prefeitura de Porto Alegre em 2012” tem como tema central as estratégias comunicacionais aplicadas à promoção da participação política em contexto eleitoral e delimita o assunto no estudo das estratégias comunicacionais aplicadas à promoção da participação política adotadas pela candidata Manuela D’Ávila no contexto eleitoral da campanha à prefeitura municipal de Porto Alegre em 2012.

O objeto empírico que serviu para as análises acerca desta dissertação são duas ações com foco na promoção da participação política empreendidas pela campanha da candidata Manuela D’Ávila à prefeitura de Porto Alegre em 2012. Conforme o referencial teórico escolhido para falar de estratégias comunicacionais (DE CERTEAU, 2008; PÉREZ, 2008; BALDISSERA, 2001) e de participação (GOMES, 2005, 2008 e 2011; PATEMAN, 1992; MARQUES, 2009 e 2011; MAIA, 2001 e 2011), essas ações foram nominadas de estratégias comunicacionais aplicadas à promoção da participação política. São elas: a) Bairro a Bairro; b) Site #NovasIdeiasPOA.

Desde a graduação em Relações Públicas existe o interesse da autora na temática de comunicação e política, o que gerou pesquisas de iniciação científica e também o trabalho de conclusão de curso¹, que versava sobre prestação de contas de um mandato político via blog. Alguns dos apontamentos da pesquisa indicavam que havia uma necessidade de democratizar

¹ A prestação de contas na internet como estratégia de aproximação de um político com seus públicos de interesse: o caso Manuela D’Ávila no primeiro ano de mandato: 2011 (ASSMANN, 2011).

a política para criar uma cultura mais participativa e que as tecnologias digitais podiam contribuir nesse processo. Assim, a proposta desta dissertação é aprofundar um aspecto da relação, que é o da participação.

Após as primeiras definições acerca da pesquisa fez-se um levantamento sobre a pesquisa em comunicação e política no Brasil. Estas observações permitem verificar que, no Brasil, os principais núcleos de pesquisa sobre comunicação e política estão na região nordeste do país, sendo que na Universidade Federal da Bahia trabalha-se especificamente com questões relacionadas à Comunicação, Internet e Democracia. No nordeste, além da Bahia, há também representantes na Universidade Federal do Ceará.

Na região sudeste, o principal núcleo de pesquisa sobre comunicação e política é o Doga – Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública – que surgiu no Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro (IUPERJ), mas em 2010 transferiu-se para o Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP) da UERJ e é coordenado pelo Professor Marcus Figueiredo. Os principais méritos do grupo são unir duas áreas que até então não estavam sendo sistematicamente estudadas juntas no Brasil – a Comunicação e a Ciência Política, elaborar metodologias de análise de eventos políticos que passam a dar mais importância para as variáveis comunicacionais e gerar pesquisas de qualidade nos mais variados sub-temas que o assunto comporta, como propaganda eleitoral, jornalismo político, recepção e atitude política, comportamento eleitoral e outros.

Na região Sul há algum expoente na Universidade Federal do Rio Grande do Sul e na Universidade Federal do Paraná, embora nesta última os trabalhos sejam mais focados em Sociologia e Ciência Política do que propriamente em comunicação.

Há que se destacar ainda a atuação da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (COMPOLÍTICA), que foi criada em Salvador em 2006 e tem por objetivo promover a área de Comunicação e Política. Para isso, a Associação organiza congressos anuais, publica a Revista Compolítica e concede os prêmios Compolítica de melhor dissertação e melhor tese, buscando incentivar e valorizar os novos pesquisadores na área.

No entanto, embora se esteja pesquisando comunicação e política em alguns centros, ainda há pouca pesquisa sobre a temática no Brasil, ao contrário dos Estados Unidos, como aponta Gomes (2011). E, se for delimitada a participação política, mas com foco em comunicação, encontram-se ainda menos estudos. Portanto, considera-se importante avançar nesta temática, e que este estudo pode contribuir para as pesquisas em comunicação no país, especialmente pelo recorte que foi conferido a ele, que busca aproximar a questão das

estratégias comunicacionais com a da participação política, enfatizando também o contexto eleitoral.

A temática da dissertação é pertinente à linha de pesquisa Mídia e Estratégias Comunicacionais, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, visto que busca compreender a articulação entre a esfera midiática e o campo da política. Ainda, procura investigar as estratégias comunicacionais empregadas por este campo para construir o espaço público contemporâneo.

O estudo também se justifica porque os brasileiros não confiam nos políticos, como pode-se ver por meio de algumas pesquisas. Segundo pesquisa do Instituto GFK², divulgada em 9 de junho de 2010, apenas 11% dos brasileiros dizem confiar nos políticos. Outras pesquisas acerca da temática confirmam essa tendência. Um relatório feito pela instituição financeira suíça Credit Suisse³ aponta que dos jovens brasileiros entre 16 e 25 anos 57% acreditam que o governo erra quando precisa tomar alguma decisão importante. Esse apontamento também reflete descrença na política. Outro dado pertinente é que, segundo pesquisa Datafolha⁴, de 12 de agosto de 2012, 52% dos entrevistados dizem não confiar no Congresso Nacional. Esse número se repete quando são questionados sobre a confiança nos partidos políticos.

Mais recentemente, outro dado preocupante foi divulgado por meio de pesquisa do Datafolha⁵. A pesquisa divulgada em 01 de maio de 2013 aponta que a porcentagem de paulistas que dizem apoiar a democracia caiu quatro pontos percentuais em 10 anos, ficando hoje na casa dos 53%. Os dados ainda apontam que cresceu três pontos percentuais os paulistanos que aprovam a afirmação “em certas circunstâncias, é melhor uma ditadura do que um regime democrático”. Esse número hoje está na casa dos 19%.

Portanto, não se pode deixar de questionar e de problematizar o que motiva tamanha descrença da população brasileira no sistema político e democrático do país. É inegável que o modelo de democracia representativa – modelo que o Brasil adota – está em crise e que é preciso encontrar soluções para superá-la. Acredita-se que proporcionar maiores

² Mais informações sobre a pesquisa podem ser acessadas em <http://noticias.terra.com.br/brasil/noticias/0,,OI4481633-EI7896,00.html>.

³ Mais informações sobre a pesquisa podem ser acessadas em <http://exame.abril.com.br/mundo/noticias/jovens-brasileiros-veem-futuro-com-otimismo-diz-pesquisa>

⁴ Mais informações sobre a pesquisa podem ser acessadas em <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,brasileiros-nao-acreditam-em-prisao-no-caso-mensalao,915470,0.htm>

⁵ Mais informações sobre a pesquisa podem ser acessadas em <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/05/1271563-apoio-ao-regime-democratico-tem-ligeira-queda-aponta-datafolha.shtml>

possibilidades de participação às pessoas é uma das maneiras através das quais pode-se revertê-la, por isso é importante e pertinente que o campo científico se debruce sobre essa temática.

Justifica-se também, por meio de pesquisa bibliográfica preliminar, a escolha de trabalhar com a participação política convencional e a participação política na internet. Observa-se que quando se opta pela análise de algum objeto, muitas vezes aparece algo atrelado ao digital, já que este foco está muito em voga. Diversas vezes escolhem-se fóruns, pois são ambientes que propiciam - em tese - debates, e que muitas vezes são o foco desse tipo de análise, especialmente quando se trata da deliberação, como é o caso do estudo de Sampaio (2010) “Participação e Deliberação na Internet: um estudo de caso do Orçamento Participativo Digital de Belo Horizonte”. Acredita-se, então, que é importante e pertinente problematizar as particularidades da participação convencional e da participação na internet para poder entender um pouco mais sobre estas possibilidades.

Verifica-se que, curiosamente, muitas vezes as metodologias partem do próprio pesquisador e/ou seus grupos de pesquisa, já que há uma carência de estudos metodológicos que deem conta de abarcar estas questões.

Considera-se que é importante mencionar aqui algumas metodologias desenvolvidas por pesquisadores brasileiros e que dão sustentação a diferentes análises sobre comunicação e política. Para análise de eleições e propaganda eleitoral⁶, as metodologias mais abrangentes foram criadas pelo Doxa e possibilitam análises de diversos meios, desde spots⁷ e jornais⁸ até a relação entre o horário gratuito de propaganda eleitoral e a intenção de voto⁹.

Mais especificamente, para analisar a participação política, torna-se relevante citar as metodologias desenvolvidas nos últimos anos e compiladas em Avritzer (2010). A primeira é a da normatividade participativa¹⁰, que compara elementos dos conselhos para verificar se a participação da sociedade civil nestes conselhos é qualificada. Há também a metodologia de pares de cidades¹¹, que compara casos diferentes de participação em cidades com características semelhantes. Há ainda a metodologia da avaliação dos efeitos deliberativos dos conselhos¹², que é feita através de uma análise detalhada das atas das reuniões. Com base

⁶ Para mais informações consultar Figueiredo, Aldé, Dias e Jorge (1998).

⁷ Para mais informações consultar Aldé e Dias (1996).

⁸ Para mais informações consultar Aldé, Mendes e Figueiredo (2007).

⁹ Para mais informações consultar Lourenço (2001).

¹⁰ Para mais informações consultar Faria (2007).

¹¹ Para mais informações consultar Avritzer (2010).

¹² Para mais informações consultar Cunha (2010).

nestas anteriores, o autor cria a metodologia da Participação em 4 Ds¹³, que permite analisar quatro dimensões das instituições participativas: densidade; diversidade; durabilidade e capacidade deliberativa, que podem ser sintetizadas no Índice de Participação Municipal.

Nesta investigação, para a definição do objeto empírico, foi realizado um acompanhamento dos pleitos municipais de 2012 de algumas capitais brasileiras em busca de estratégias que pudessem ser analisadas e dar conta dos objetivos desta dissertação. Identificamos que a campanha da candidata Manuela D'Ávila, em Porto Alegre, realizou duas ações que buscavam promover a participação política. Com base no referencial teórico utilizado essas ações serão enquadradas aqui como estratégias comunicacionais. Pela diversidade das estratégias empregadas na referida campanha e pela proximidade de Porto Alegre com Santa Maria - o que facilita a coleta de dados - a escolha do objeto justifica-se.

É a partir das noções de Gomes (2004) e Charaudeau (2008) para a relação entre os campos da comunicação e da política, que busca-se compreender a participação política em duas ações distintas que, em suas realizações, convocam estratégias comunicacionais diferentes, mas com o mesmo objetivo. Adota-se esta linha por entender que as transformações no processo de comunicar e as estratégias adotadas para promover a participação política estão profundamente ligadas às mudanças ocorridas em nossa sociedade, em especial à midiaticização. Essas, por sua vez, resultam em transformações na relação entre os campos, sendo assim um processo que se retroalimenta.

Assim, o **problema** de pesquisa é: Em que medida e de que modo as estratégias comunicacionais empregadas na campanha da candidata a prefeita Manuela D'Ávila possibilitaram a participação política?

Portanto, o **objetivo geral** desta dissertação é investigar a relação existente entre as estratégias comunicacionais aplicadas à promoção da participação política empreendidas pela campanha de Manuela D'Ávila e a participação política alcançada. Os **objetivos específicos** consistem em: a) analisar as estratégias comunicacionais aplicadas à promoção da participação política empregadas pela candidata Manuela D'Ávila na campanha à prefeitura de Porto Alegre em 2012; b) compreender as especificidades das estratégias que buscam fomentar a participação política na internet; c) analisar comparativamente os tipos distintos de estratégias: convencional e na internet.

Para atender aos objetivos da pesquisa e responder a questão problema que norteia esta dissertação, optou-se por empreender um **percurso metodológico** que compreende

¹³ Para mais informações consultar Avritzer (2010).

pesquisa bibliográfica sobre as noções que movimentam a investigação e estudo de caso da campanha da candidata Manuela D'Ávila à prefeitura de Porto Alegre em 2012. O caso em questão possui duas unidades incorporadas de análise: Bairro a Bairro e Site #NovasIdeiasPOA. O método combina diversas técnicas para coleta de dados, sendo que nesta pesquisa utilizaram-se entrevistas em profundidade, documentação e observação.

A investigação tem como foco as práticas participativas presentes nas ações, bem como identifica em que medida a estrutura destas pode afetar essas práticas; portanto, o uso do estudo de caso justifica-se, já que permite coletar dados diversos que possibilitam montar o panorama do ocorrido.

Por fim, foi feita uma comparação entre os resultados das ações analisadas com vistas a compreender a relação entre a estratégia empreendida e a participação alcançada. Essa comparação permitiu compreender as particularidades da participação em cada uma das ações analisadas e, conseqüentemente, em cada tipo de estratégia. É importante ressaltar que foram feitos apontamentos e inferências para que a pesquisa não fosse somente descritiva, pois não há o objetivo de estabelecer níveis de participação e nem de determinar se uma estratégia é mais ou menos participativa do que a outra. A análise teve foco qualitativo, buscando estabelecer como a participação se deu em cada uma das ações.

Com base nestes pressupostos, a dissertação está dividida em três capítulos. No **primeiro capítulo** procura-se compreender, através de quatro partes, o principal conceito utilizado nesta dissertação. Assim, o primeiro subcapítulo parte da crise da democracia representativa e vale-se principalmente da sistematização de Pateman (1992) sobre as propostas de democracia participativa para entendê-la como uma possibilidade de superar a crise do modelo representativo. No item 1.2 busca-se apresentar como o conceito de participação vem sendo utilizado em estudos brasileiros. Já o terceiro subcapítulo aborda algumas práticas participativas que existem no Brasil - não necessariamente em contexto eleitoral - com o objetivo de entender, ainda que brevemente, em que estágio de participação está nossa sociedade. Para finalizar o primeiro capítulo, sabendo que a sociedade não é estanque, e que é necessário continuar repensando a esfera pública em um cenário de constantes transformações e as implicações que isso traz, procura-se compreender como as mudanças ocorridas em nossa sociedade, especialmente o processo de midiaticização, afetam a relação entre os campos da comunicação e da política e as formas de participação. Para buscar maior aprofundamento sobre essas questões, utiliza-se prioritariamente Gomes (2004), Sodré (2002), Charaudeau (2008) e Bourdieu (1983).

Os conceitos de participação e democracia são abordados principalmente pelo viés de Pateman (1992), que faz uma excelente compilação de teorias de democracia que podem ser consideradas participativas. Além disso, mais especificamente nos estudos brasileiros, são válidas as noções de Gomes (2005, 2008, 2011), Sampaio (2010) e Marques (2011). As práticas participativas que ocorrem no Brasil são apresentadas a partir dos estudos e pesquisas desenvolvidas e compiladas por Avritzer (2008, 2010, a/c). Ainda são utilizadas as novas formas de participação na sociedade midiaticizada e as particularidades, neste novo cenário, da participação política convencional e a participação política na internet a partir de Gomes (2005, 2011), Maia (2011), Marques (2009, 2011), Sodré (2002), Harvvard (2012). Portanto, o principal conceito que norteia este capítulo é a participação.

O **segundo capítulo** se subdivide em três. Nele, a proposta é aprofundar o conceito de participação, mas dando ênfase a um tipo específico e que muito interessa, que é a participação em campanhas, utilizando como principal autor Aggio (2010, 2011a, 2011b). Primeiro faz-se um breve histórico acerca das campanhas eleitorais, abordando desde a era dos meios de comunicação de massa até o cenário atual, que contempla uma sociedade midiaticizada. Em seguida, procura-se compreender como a participação pode ser promovida nas campanhas, para então fechar o capítulo tratando de estratégias comunicacionais, por entender que a escolha adequada destas é um fator importante a ser considerado no sentido de buscar fomentar uma participação política maior da instância cidadã. As principais noções abordadas sobre estratégias e táticas partem de De Certeau (2008), embora sejam utilizados também os entendimentos de Baldissera (2001) e Pérez (2008) para embasar a pesquisa. Interessa particularmente o contraponto que De Certeau (2008) faz entre táticas e estratégias, mas sem esquecer as dinâmicas sociais. Segundo ele, as táticas seriam procedimentos calculados que usam as referências de um lugar próprio e que transformariam esse lugar em espaços dinâmicos. Em contraponto, as estratégias seriam os procedimentos que controlam o lugar.

O **terceiro capítulo** abarca a parte metodológica da dissertação e se detém a explicar o percurso realizado. Os principais conceitos utilizados aqui referem-se a métodos e seu detalhamento. Para o embasamento teórico sobre estudo de caso foram utilizados Yin (2001) e Duarte (2007a). Após este momento teórico sobre os métodos adotados e como se deu a seleção do corpus, cumpre apresentar detalhadamente a análise e seus desdobramentos e resultados.

1 PRÁTICAS PARTICIPATIVAS: AS POSSIBILIDADES NO CENÁRIO BRASILEIRO

Este capítulo contém quatro subcapítulos e busca discutir o conceito que norteia esta dissertação: a participação. Para isso, apresentamo-lo partindo das teorias democráticas, discutindo as diversas possibilidades de participação, desde as mais convencionais até a participação que ocorre via internet. Além disso, também citam-se exemplos de práticas participativas que acontecem no Brasil.

No item 1.1 “Conceituando e contextualizando participação” parte-se da crise que a democracia representativa vem enfrentando ao redor do mundo e apresenta-se a democracia participativa de acordo com a sistematização feita por Pateman (1992), como uma forma de superar a crise sem abandonar o sistema democrático.

No segundo subcapítulo, intitulado “O conceito aplicado em estudos brasileiros” buscam-se alguns autores brasileiros que trabalham com participação para compreender como este conceito tem sido utilizado no Brasil, principalmente Gomes (2005, 2008, 2011), Sampaio (2010) e Marques (2011).

Em 1.3 “Práticas participativas no Brasil”, principalmente por meio do levantamento de Avritzer (2008, 2010, 2013), explanam-se algumas práticas participativas que ocorrem no Brasil e problematiza-se acerca de algumas cidades que são consideradas mais participativas, segundo o Índice de Participação Municipal. A ênfase é dada a Porto Alegre, por se tratar da cidade que abriga o objeto de estudo desta dissertação e por ter, reconhecidamente, uma forte tradição participativa.

Por fim, abordam-se as novas formas de participação no subcapítulo 1.4 “Novas formas de participação em uma sociedade midiaticizada”. A intenção é compreender as transformações ocorridas em nossa sociedade com a comunicação digital, mas especialmente com a midiaticização. Problematiza-se principalmente como esses fenômenos modificaram a relação entre os campos da comunicação e da política e como impactaram a participação. Primeiro, foi tratado o conceito de midiaticização segundo Sodré (2002) e Hjarvard (2012), pois acredita-se que eles dão embasamento para compreender a sociedade na qual se vive, em que a mídia ocupa local central e perpassa todos os campos sociais. Em um segundo momento, trata-se da participação na internet a partir, principalmente, dos autores Gomes (2011), Maia (2011) e Sampaio (2010).

1.1 CONCEITUANDO E CONTEXTUALIZANDO PARTICIPAÇÃO

As diversas manifestações populares ocorridas no mundo – inclusive no Brasil – recentemente, mostram que a democracia representativa está enfrentando uma crise e precisa ser repensada. Segundo Manin (a/c), durante décadas, o que parecia fundamentar a representação era uma relação de confiança forte e estável estabelecida entre o eleitorado e os partidos políticos. A grande maioria dos eleitores se identificava com um partido e permanecia fiel a ele e aos seus ideais. Hoje, porém, essa fidelização ocorre com poucos indivíduos e o eleitorado tende a votar de modo diferente de uma eleição para outra, o que confirma o que as pesquisas de opinião revelam: tem aumentado o número dos eleitores que não se identificam com partido algum.

O autor segue dizendo que, no passado, os partidos propunham um programa político e se comprometiam a cumpri-lo caso fossem eleitos para os cargos disputados. Hoje, entretanto, os partidos, auxiliados por marqueteiros, adotam outras estratégias na disputa eleitoral. Eles procuram construir e projetar imagens – muitas vezes vagas – dos candidatos, focando em uma personalização da política. Com isso, as preferências dos cidadãos acerca de questões políticas não se expressam mais por intermédio dos partidos mas, cada vez mais, através das pesquisas de opinião e de organizações que atuam em uma determinada causa com a qual o indivíduo se identifica, mas que não necessariamente procuram se tornar governo. Ou seja, a eleição de representantes já não parece um meio pelo qual os cidadãos indicam as políticas que desejam ver executadas ou expressem seus desejos com relação a um plano de governo. Essas questões apontam para dois aspectos importantes que tem influência na crise: a personalização e a fragmentação da política.

Por fim, Manin (a/c) ainda aponta que a arena política tem sido cada vez mais dominada por fatores técnicos que não são dominados pelos cidadãos comuns. Os políticos não mais chegam ao poder pela proximidade de seus ideais com o de seus eleitores, mas por suas aptidões e sua experiência no uso dos meios de comunicação de massa. Todas estas questões, segundo o autor, contribuem para que aumente o abismo entre o governo e a sociedade e entre representantes e representados.

Segundo Manin (a/c), quatro são os princípios do governo representativo: 1) os representantes são eleitos pelos governados; 2) os representantes conservam uma independência parcial diante das preferências dos eleitores; 3) A opinião pública sobre assuntos políticos pode se manifestar independentemente do controle do governo; 4) as decisões políticas são tomadas após debate.

O autor ainda observa que existem três formas de governo representativo, ainda que os princípios que norteiem estas formas sejam os mesmos. Segundo ele, essas formas são: a) governo representativo do tipo parlamentar; b) a democracia de partido; c) a democracia de público. Importa aqui compreender como se dão esses princípios na democracia de público, pelo fato de ser o modelo brasileiro e, conseqüentemente, o que mais interessa.

Para Manin (a/c), quanto ao princípio 1), os representados tendem, na democracia de público, cada vez mais, a personalizar suas escolhas eleitorais, votando de maneira diferente à cada eleição. Isso se dá também porque os candidatos agora conseguem se comunicar diretamente com seus eleitores através dos meios de comunicação de massa e das redes sociais digitais, sem a necessidade de uma rede de relações partidárias como era antigamente. O resultado desse processo é que os candidatos utilizam cada vez mais a mídia para se promover e acabam deixando de lado os planos de governo durante as campanhas eleitorais, o que, posteriormente, dificulta a participação e as cobranças dos representados aos seus representantes. O autor ainda argumenta que, neste modelo, o voto é mais reativo, fazendo com que os candidatos não precisem só se apresentar, mas identificar quem são seus adversários e assinalar sua diferença diante deles.

Em relação ao segundo princípio, Manin (a/c) comenta que, na democracia de público, os candidatos jogam imagens sobre si e sobre os adversários para que os eleitores decidam sobre a melhor opção, baseando-se em antagonismos. Assim, a identidade social e a identificação partidária perdem importância na determinação do voto. Como os representantes são escolhidos a partir dessas imagens, após eleitos eles têm liberdade para agir, pois a causa de sua eleição foi um compromisso relativamente vago que se presta a diversas interpretações.

Sobre o princípio 3), o autor afirma que os canais de comunicação hoje são – pelo menos oficialmente – apartidários e neutros, o que faz com que os cidadãos recebam as mesmas informações sobre um dado assunto, não importando suas preferências políticas. Ele ainda diz que isso não significa que não haja distorções na informação, mas sim que ela é distribuída uniformemente a todos. Assim, a percepção dos temas e dos problemas públicos tende hoje em dia a ser homogênea e independente das preferências políticas de cada um. É claro que as pessoas podem assumir posições divergentes a respeito de um assunto específico, porque ainda que a percepção seja a mesma para todos, o julgamento não necessariamente o é.

A opinião pública, então, se divide em relação ao tema em questão; mas a divisão resultante não reproduz as clivagens eleitorais, ou coincide com elas: o público pode estar dividido em certas linhas de opinião durante as eleições e em tendências diferentes quanto a questões específicas. Assim, volta à cena uma possibilidade que desaparecera na democracia de partido: as manifestações eleitorais e não eleitorais do povo podem não ser coincidentes (MANIN, a/c, p.28).

Um exemplo recente que poderia ser utilizado para buscar compreender esta questão refere-se ao caso do Programa Mais Médicos, anunciado pelo Governo Federal em 2013. Era possível perceber que boa parte da população, mesmo entre não eleitores do Partido dos Trabalhadores, era favorável à medida e que o número de apoiadores crescia à medida que as manifestações dos Conselhos de Medicina eram noticiadas.

Em relação ao quarto princípio, Manin (a/c) diz que, na democracia de público, o mais relevante é que, ao contrário dos outros modelos, o eleitor flutuante de hoje é bem informado, interessado em política e razoavelmente instruído. Neste contexto, então, os políticos precisam apresentar suas ideias diretamente ao público, procurando evitar a mediação dos *mass media*. Assim, “O debate de temas específicos não fica mais restrito aos muros do Parlamento (como no parlamentarismo), nem às comissões consultivas entre partidos (como na democracia de partido); o debate se processa no meio do próprio povo” (MANIN, a/c, p. 31).

Apresentados os pilares do governo representativo de modelo democracia de público, e compreendendo que alguns desses aspectos são primordiais para o estabelecimento e a manutenção da crise posta, entende-se, então, que é necessário superá-la, repensando o modelo de democracia adotado, não sendo aceitável retroceder a modelos antidemocráticos. Por isso, a proposta apresentada aqui é a de adotar um modelo mais participativo, partindo do pressuposto de que essa participação aproximaria os cidadãos da política e ajudaria na superação da crise. Compreende-se, também, a necessidade de problematizar em que medida a midiaticização contribuiu para esse quadro ou, então, em que medida pode ajudar a superá-la.

Para começar a problematizar a questão da participação, vale a sistematização das teorias democráticas feita por Pateman (1992). A autora apresenta o que considera serem os principais autores que tratam a respeito da democracia e depois examina com mais foco os que têm em sua teoria o aspecto da participação mais destacado. Assim, no início das discussões, acha-se que é válido trazer o questionamento que dá início à problematização dela e que, mesmo tendo sido escrito originalmente em 1970, ainda merece ser discutido. “Qual o lugar da “participação” numa teoria da democracia moderna e viável?”.

Dessa forma, entende-se que é fundamental compreender melhor a teoria democrática para então falar sobre o aspecto da participação, já que os dois estão intrinsecamente ligados.

Para começar, é importante situar que, segundo Pateman (1992), a teoria democrática implantou-se a partir de um acontecimento intelectual que foi o desenvolvimento da sociologia política e de um evento histórico que foi a emergência dos Estados Totalitários. Os teóricos da sociologia política viram a necessidade de teorizar sobre um sistema que não tivesse raízes fascistas, como os regimes totalitaristas. Então, essa combinação de fatores resultou na implantação da teoria democrática.

No entanto, a democracia, enquanto governo do povo e com participação de todo o povo passou a ter sua viabilidade fortemente questionada, devido às dificuldades de implantação que iam aparecendo. Ainda assim o ideal persiste, mas os questionamentos continuam surgindo como mostrado anteriormente. No cenário atual, com a crise do modelo representativo, eles parecem estar acentuados.

Ao falar sobre esses momentos de crise, Pateman (1992) apresenta algumas teorias da democracia e os questionamentos que foram sendo feitos a elas, sistematizando de certa forma um percurso da teoria democrática. Destacam-se aqui apenas algumas das teorias abordadas pela autora, considerando a sua pertinência e observando a possibilidade de, ainda que sem esmiuçar todas, possa-se organizar o pensamento e compreendê-las.

A primeira teoria examinada por Pateman (1992) é a de Schumpeter, que se propõe a revisar a teoria democrática “clássica”¹⁴. Ela opta por apresentá-la em primeiro lugar, já que é uma teoria que serviu de base para estudos posteriores.

Para este autor, a democracia é um método político, ou seja, é um arranjo institucional utilizado para chegar a decisões políticas. Assim, ele discorda da noção de democracia enquanto uma teoria de meios e fins.

É crucial na teoria de Schumpeter a competição dos indivíduos em busca do voto. Ele afirma que a competição pela liderança seria a característica que distingue a democracia de outros regimes.

Na visão dele, para que o método operasse, era necessária a garantia das liberdades civis, a tolerância com as opiniões dos outros, um caráter e hábitos nacionais. Além disso, todos os envolvidos deviam ser leais aos princípios estruturantes da sociedade existente.

¹⁴ Aspas de Pateman (1992).

Segundo ele, não se poderia confiar que o próprio método democrático, por si só, oferecesse tais condições.

Além de ser contrária ao sufrágio universal, a teoria de Schumpeter propunha que os únicos meios de participação fossem o voto para a escolha do líder e a discussão. Ainda aponta que práticas que procurem pressionar os líderes são contrárias ao espírito democrático.

Nota-se, então, que a teoria da democracia de Schumpeter não pressupõe uma ampla participação, mas sim busca restringir esta quando se coloca contra o sufrágio universal, por exemplo. O autor afirma que para que a escolha do líder seja correta é natural que os cidadãos que irão votar respondam a uma série de critérios que os torna aptos a votar corretamente.

Cabe ressaltar ainda que, como se verá a seguir, para alguns autores mais participacionistas, como Rousseau e Mill, a participação não pode ser restrita ao momento eleitoral, sendo que este deve ser apenas um dos aspectos considerados nas teorias democráticas. Eles consideram ainda que essa restrição acabaria fazendo com que a democracia servisse apenas a uma elite, visto que nos momentos em que tais teorias foram pensadas o sufrágio ainda não era universal e excluía boa parte dos cidadãos de origem mais humilde.

É possível perceber, então, que Schumpeter é um dos autores que menos valorizam o aspecto da participação e que sua pertinência para este estudo reside no fato de que os pensamentos dele serviram de ponto de partida para outros autores mais participativos. É uma contribuição importante também no sentido de pensar a participação que ocorre no caso que nos propomos a analisar nesta pesquisa, visto que se resume a um contexto eleitoral, ainda que não seja exatamente ligada ao voto. Pode-se considerar que esta estratégia busca aproveitar o momento da eleição onde os indivíduos estão mais propensos a questões políticas para fomentar uma participação que não se resume ao voto, mas que tem também um caráter educativo importante e diz respeito a questões que podem ser consideradas de interesse público. Nesse sentido, a proposição de Schumpeter traz contribuições, ainda que seja necessário destacar que hoje em dia não existem mais tantas restrições ao voto como existia na época da proposição da teoria. Esses aspectos serão problematizados na análise do estudo de caso.

Embora a autora ainda explique algumas teorias da democracia que não têm foco na participação, optou-se por detalhar apenas as que têm uma proposta mais participativa, casos de J.S Mill, Rousseau e Cole. É possível perceber este aspecto em Pateman (1992, p. 33):

Nas teorias de J. S. Mill e Rousseau, por exemplo, a participação revela funções bem mais abrangentes e é fundamental para o estabelecimento e manutenção do Estado democrático, Estado esse considerado não apenas como um conjunto de instituições representativas nacionais, mas como aquilo que denominei de sociedade participativa (...). Por isso, farei referências a teóricos, a exemplo de Rousseau, como teóricos da democracia participativa.

Assim como Pateman (1992) faz em “Participação e Teoria Democrática”, começa-se expondo as ideias de Rosseau. Para ela, Rousseau é o teórico por excelência da participação, como deixa claro ao falar sobre o pensamento do autor. “Toda a teoria política de Rousseau apóia-se na participação individual de cada cidadão no processo político de tomada de decisões e, em sua teoria, a participação é bem mais do que um complemento protetor de uma série de arranjos institucionais” (PATEMAN, 1992, p. 35).

Ainda que Rousseau tenha elaborado seu pensamento antes do desenvolvimento das instituições modernas e sua sociedade ideal seja uma Cidade-Estado não industrial, sua teoria apresenta hipóteses que servem de base para compreender a função da participação em um Estado democrático.

Alguns aspectos são essenciais na teoria de Rousseau. O primeiro deles é a noção de que as desigualdades econômicas existentes em uma sociedade não podem conduzir a desigualdades políticas. Para que isso se efetivasse, todo homem deveria possuir alguma propriedade, pois ela confere ao indivíduo uma segurança e uma independência que são a base necessária para que exista a igualdade e a independência políticas.

Para o autor, os cidadãos devem ser iguais e independentes, convivendo em uma relação de interdependência, fazendo com que cada cidadão seja impotente para realizar qualquer coisa sem a cooperação dos outros, preferencialmente da maioria. O soberano, na sociedade ideal de Rousseau é o coletivo e a participação constitui o mecanismo pelo qual essa interação se reforça.

Ainda nesta perspectiva, quem governa as ações individuais são as leis e não o homem, visto que quando os indivíduos participam, a vontade geral é sempre justa e acaba resultando em leis que protegem os direitos e interesses individuais e coletivos e ainda cumprem com o interesse público.

A função central da participação na teoria de Rousseau é a educativa. Seu sistema é concebido para que o processo participativo gere uma ação responsável, individual, social e política. Isso faz com que o sistema participativo, depois de estabelecido, se torne auto-sustentável, já que cada cidadão possui as características necessárias para que o sistema continue funcionando, pois estas são estimuladas pelo processo participativo. É neste sentido

que se compreende a importância tanto das práticas participativas que foram abordadas no subcapítulo 1.3 quanto das estratégias empreendidas pela campanha da candidata Manuela D'Ávila. Ambas as iniciativas são importantes para ajudar a construir uma cultura mais participativa, o que é fundamental para o resultado final da democracia. Destaca-se aqui a importância da participação além do voto neste contexto eleitoral, porque este é um momento bastante propício para aproximar os cidadãos da política. Estes aspectos serão abordados de maneira mais aprofundada no momento da análise do estudo de caso da campanha.

Ao contrário de Schumpeter, que era contra o controle exercido pelos cidadãos aos líderes, Rousseau apresenta em sua teoria uma estreita ligação entre participação e controle, já que a liberdade que os cidadãos possuem exigiria que os indivíduos possuíssem uma boa dose de controle sobre seus representantes e isto fortaleceria ainda mais os princípios democráticos.

Uma segunda função da participação na teoria de Rousseau seria permitir que as decisões coletivas sejam mais facilmente aceitas pelos indivíduos que foram educados para acreditar que estas decisões foram construídas coletivamente, que buscam o bem comum e que os indivíduos que deliberaram desta forma estão aptos para tomar tal decisão.

A terceira função é a de integração, ou seja, o indivíduo quando participa se sente mais integrado a sua comunidade. A experiência de participar nas tomadas de decisão conduz tanto o indivíduo quanto a sociedade à uma experiência que os integra, transformando-a em uma verdadeira comunidade.

Antes de passar para o exame das teorias de Mill e Cole, Pateman (1992, p. 42) sintetiza em poucas linhas o pensamento de Rousseau:

O exame que fizemos da teoria política de Rousseau nos proveu do argumento de que há uma inter-relação entre as estruturas de autoridade das instituições e as qualidades e atitudes psicológicas dos indivíduos; e do argumento relacionado a este, de que a principal função da participação tem caráter educativo. Tais argumentos formam a base da teoria da democracia participativa que se tornará clara a partir da discussão das teorias de J.S. Mill e Cole. As teorias desses dois autores reforçam os argumentos de Rousseau quanto à participação, porém, de maneira mais interessante, a teoria da democracia participativa é retirada do contexto de uma cidade-Estado de proprietários camponeses e colocada no de um sistema político moderno.

Assim, os pensamentos de Mill e Cole propõem quase que uma atualização do pensamento de Rousseau, pois partem das mesmas premissas, mas em outro contexto. Examinaremos primeiramente a teoria de J.S. Mill.

Para Mill, um “bom governo” envolve necessariamente duas variáveis. A primeira é promover uma boa administração dos assuntos da sociedade sempre observando as faculdades

morais, intelectuais e ativas dos seus vários membros. Este seria o aspecto menos importante. O mais importante residiria em gerar avanço mental, intelectual, em virtude e em atividade prática e eficiente na comunidade. É possível relacionar este aspecto também com as estratégias analisadas nesta dissertação, o que fica claro na análise do estudo de caso realizado, ainda que existam diferenças importantes entre o Bairro a Bairro e o Site #NovasIdeiasPOA.

Ou seja, percebe-se na teoria de Mill, bem como na de Rousseau, um forte caráter educativo presente. Ele pressupõe que para que ocorra uma boa administração dos assuntos da sociedade é necessário que se promova o tipo correto de caráter individual, o qual pressupõe os tipos corretos de instituições, sendo um sistema que praticamente se retroalimenta.

Ainda nesta perspectiva, Mill acredita que um caráter ativo e de espírito público só pode ser desenvolvido no contexto de instituições participativas. Diz, então, que existe uma conexão entre os indivíduos e as instituições e que a ação social e política responsável dos indivíduos depende fortemente do tipo de instituição nas quais o indivíduo tem que agir politicamente. Ele entende que quando os indivíduos não tem oportunidade de participar nunca saberão como fazê-lo e nem desenvolverão o espírito cívico adequado.

No entanto, quando são convidados a participar, os indivíduos, quase que de maneira forçada, acabam se educando para isto e ampliando seus horizontes. Isto porque se sentem responsáveis não só por si, mas pela coletividade. Eles devem levar em conta o interesse público.

É por isto que, segundo esta teoria, os indivíduos sentem-se mais contemplados mesmo quando a decisão tomada não é a que eles apoiam. Por terem essa cultura participativa entendem que os outros indivíduos também são aptos para opinar e que a decisão tomada pela coletividade é a melhor, ainda que não seja a que eles gostariam.

O aspecto que se considera mais interessante na teoria de Mill, e que é apresentado por Pateman (1992), é a necessidade de preparar o cidadão para a participação a nível local. Mill argumenta que, especialmente em uma sociedade de larga escala, de nada servem o sufrágio universal e a participação no governo nacional se os indivíduos não exercitarem sua participação na comunidade, que é onde ele aprende a se autogovernar.

Segundo a teoria de Mill, apenas o ato de votar não pode ser entendido como uma participação efetiva, à medida que ocorre em um intervalo grande de tempo e que o cidadão não foi preparado para esta participação em suas atividades cotidianas.

Em outras palavras, para que os indivíduos em um grande Estado sejam capazes de participar efetivamente do governo da “grande sociedade”¹⁵, as qualidades necessárias subjacentes a essa participação devem ser fomentadas e desenvolvidas a nível local (PATEMAN, 1992, p. 46).

O verdadeiro caráter educativo da participação se cumpre a nível local, segundo Mill. Não só porque as decisões tomadas afetam diretamente sua vida cotidiana, mas também pelo fato de que a nível local é mais fácil de ele servir no corpo administrativo de alguma instituição. Essa oportunidade de participação cotidiana é que faz com que o indivíduo “aprenda a democracia”. Provavelmente é a teoria de Mill que mais se aproxima do processo vivenciado pelos indivíduos que participaram das ações propostas pela campanha, especialmente do Bairro a Bairro. É possível afirmar isso devido ao caráter local da participação e do processo de organização que passou a ocorrer nos bairros depois da realização da referida ação. Ainda que tenha sido uma estratégia de campanha, os participantes perceberam que não podem restringir sua participação ao período eleitoral e que o voto não é uma participação efetiva, visto que ocorre em um intervalo grande de tempo. Notaram ainda que precisavam se organizar e lutar para conquistar seus direitos.

Entretanto, Mill acredita que numa sociedade de larga escala o governo representativo é necessário. A questão que se coloca para ele, então, é buscar garantir que estes representantes sejam instruídos e que a multidão tenha fé nessa minoria que irá governar. Ainda, para Mill, havia a necessidade de os representantes prestarem conta de seu trabalho. É neste aspecto que Mill enxerga a grande dificuldade da política por entender que nem sempre a elite que governa terá interesse nesta prestação de contas.

Seu pensamento diferencia-se do de Rousseau no sentido de que para ele não era necessário igualdade política para que houvesse participação. Os representantes eleitos, na teoria de Mill, teriam a função não de legislar, mas de aprovar ou não a legislação preparada por uma Comissão Especial. A função dos representantes na teoria de Mill é um aspecto que não ficou claro e que ainda gera discussões.

Pateman (1992) faz um questionamento sobre a teoria de Mill: “Se uma elite predeterminada deve alcançar o poder político, por que motivo deveria a maioria se interessar pela discussão?” (p. 49). Segundo ela, mesmo com o sufrágio universal e o poder de deliberação que os representantes têm na teoria de Mill, não há um componente educativo tão forte como o que existe no sistema de participação direta de Rousseau. Ela afirma, ainda, que o nível político local, que está presente na teoria de Mill, e que é crucial do ponto de vista da educação poderia propiciar uma participação direta na tomada de decisões.

¹⁵ Aspas de Pateman (1992).

Apesar destas divergências pontuais, Mill concorda com Rousseau quanto às duas outras funções da participação. Como já explicado acima, ele acredita que a participação faz com que o indivíduo acolha mais facilmente as decisões tomadas. A outra função na qual concordam é que a participação tem caráter integrativo, ou seja, faz com que o indivíduo se sinta parte da comunidade a qual pertence.

O aspecto que Pateman (1992) apresenta como mais interessante na teoria de Mill é o fato de que ela abrange uma área da vida social que não havia sido abordada ainda. Mill vê a indústria como a área capaz de dar experiência aos indivíduos na administração de assuntos da coletividade, exatamente como no governo local. A vantagem é que as indústrias são mais numerosas que os governos e, também, fazem parte do cotidiano dos indivíduos. Aumentando as áreas nas quais os indivíduos podem participar, ele pressupõe que a participação possa aumentar.

Assim como a participação em um governo local educa o indivíduo para a responsabilidade social e para suas funções cívicas, a participação na área industrial também desenvolve características que o indivíduo precisa para as atividades públicas.

Da mesma maneira que a participação no governo local é uma condição necessária para a participação a nível nacional, devido a seu efeito educativo ou “aperfeiçoador”, assim também Mill sugere que a participação no “governo” do local de trabalho teria o mesmo impacto (PATEMAN, 1992, p. 51).¹⁶

Neste sentido Mill argumenta que para que essa participação no local de trabalho exista, é necessário que a relação de superioridade - subordinação que existe entre chefe e operários nas indústrias se transforme em uma relação de cooperação ou de igualdade. Ele ainda propõe a democratização das relações políticas na indústria, dizendo que os chefes deveriam ser escolhidos da mesma maneira que os governantes, ou seja, por meio de eleição. “Para o funcionamento de uma política democrática a nível nacional, as qualidades necessárias aos indivíduos somente podem se desenvolver por meio da democratização das estruturas de autoridade em todos os sistemas políticos” (PATEMAN, 1992, p. 51).

Assim, a participação nesses sistemas políticos alternativos poderia ser encarada como a participação por excelência já que essas áreas alternativas fornecem espaços para os indivíduos participarem na tomada de decisões sobre as quais tem experiência direta e cotidiana. “Quando nos referimos a uma “democracia participativa” estamos indicando algo

¹⁶ Aspas de Pateman (1992).

muito mais amplo do que uma série de “arranjos institucionais” a nível nacional” (PATEMAN, 1992, p. 52).

A autora passa então a examinar a teoria de Cole, que é também conhecida como a teoria do socialismo de guilda. Pateman (1992) começa afirmando que Cole se aprofunda mais nos aspectos referentes à participação na indústria, já que entende que é esta que abrirá portas para uma forma de governo verdadeiramente democrática. Os estudos de Cole situam-se em um contexto de uma sociedade moderna e industrializada.

Cole elaborou um esquema detalhado de como uma sociedade participativa poderia ser implantada e como ela se organizaria. Ele tenta transpor as análises de Rousseau para um cenário moderno e parte do argumento de que a base da organização social e política é a vontade e não a força.

Ainda de acordo com Rousseau, os indivíduos devem cooperar uns com os outros para criar as leis e que assim iriam se sentir mais livres. Ele defende uma participação total da população, que levaria a uma espécie de autogoverno. Para que esse autogoverno se materialize os indivíduos têm que ser capazes de participar do processo de tomada de decisões em todas as associações das quais ele é membro e as próprias associações tem que ter liberdade para controlar-se a si mesmas, sem interferência do Estado. Ainda ressalta a necessidade de os indivíduos serem iguais em termos de poder político, bem como as associações serem iguais aos governos. Considerando o caso analisado aqui, pode-se dizer que o que se busca através da estratégia é também possibilitar que os indivíduos participem desse processo de tomada de decisões antes mesmo da eleição, ajudando a candidata a formular seu plano de governo e a dar atenção aos aspectos que muitas vezes não são levados em conta pelos candidatos, visto que eles não vivenciam o dia a dia dessas comunidades.

Cole ressalta que o governo representativo é necessário na maioria das associações, mas que esta representação é enganosa por dois motivos. Primeiro, porque enganosamente se pressupõe que o indivíduo possa ser representado por alguém para todos os propósitos, quando deveria ser representado em uma função definida. Em segundo lugar, ele diz que nas instituições parlamentares existentes o indivíduo ao invés de participar ativamente apenas escolhe seu representante e deixa que este o governe, sem ao menos exigir a prestação de contas do que é feito.

A democracia para Cole pressupõe que o indivíduo seja capaz de participar em todas as associações que lhe dizem respeito, fazendo com que a sociedade seja participativa. Ou seja, não basta a existência de arranjos institucionais representativos a nível nacional, é

necessário que os indivíduos participem de toda forma de ação social, especialmente na indústria e na economia, além dos assuntos políticos.

Aproximando-se da teoria de Mill, Cole concorda com a função educativa da participação e com o fato de que indivíduos e instituições não podem ser considerados isoladamente. Cole também sustentava que seria apenas na participação em nível local que o indivíduo poderia “aprender democracia”. A indústria também tem grande importância na teoria de Cole, pois, segundo ele, é na indústria que, excetuando-se o governo, o cidadão está mais exposto a relações de superioridade e subordinação. Além disso, é no trabalho que o homem comum gasta grande parte do seu tempo.

Para Cole, bem como para Rousseau, para que haja igualdade de poder político é necessária também uma igualdade econômica. Segundo ele, só com igualdade econômica é que aspectos como a educação também seriam igualitários, o que é crucial para uma verdadeira democracia.

Cole acreditava também que se a indústria fosse organizada de maneira mais participativa o medo de perder o emprego também seria abolido, fazendo com que acabasse a desigualdade na segurança de manutenção do emprego, o que também é crucial para seu sistema democrático ideal. Ele supunha que nestes termos diminuir-se-ia, também, a ganância e o medo, de modo que os indivíduos trabalhariam para o bem comum, o que ele acreditava ser impossível no sistema capitalista.

“A estrutura do socialismo de guilda se organizava, horizontal e verticalmente, dos pés à cabeça, e era participativa em todos os níveis e aspectos” (PATEMAN, 1992, p. 58 e 59). Cole, em seu sistema, propunha pequenas associações para decidir sobre os mais variados assuntos. Elas deviam ser pequenas para permitir o máximo da participação de todos. Em cada guilda seriam escolhidos representantes para participarem das guildas regionais e depois nacionais.

Após fazer este apanhado acerca de algumas teorias da democracia, especialmente as que tenham foco na participação, Pateman (1992) sintetiza, com base nas teorias apresentadas anteriormente, alguns aspectos do que para ela seria uma teoria participativa da democracia.

Segundo a autora, a afirmação central sobre a qual é construída a teoria da democracia participativa é que os indivíduos e as instituições não podem ser considerados isoladamente.

Ela observa que não basta que existam a nível nacional instituições que proporcionem participação, visto que o “treinamento social” e a participação efetiva ocorreriam a nível local e também em outras esferas, desenvolvendo os indivíduos para a

participação cívica. Pateman (1992) diz, então, que a principal função da participação é a educativa. Por isso, o sistema participativo se auto-sustenta através do aspecto educativo da participação.

Em consequência disso, como hipóteses subsidiárias, a autora afirma que a participação tem um efeito integrativo e que auxilia na aceitação de decisões tomadas pela coletividade. Ela afirma que para que um governo possa ser considerado democrático é necessária a existência de uma sociedade participativa onde todos os sistemas políticos e áreas sejam democráticos e socializados.

Pateman (1992) também compreende que em uma democracia participativa as esferas como a indústria devem ser vistas como esferas de atuação política por excelência, sendo esferas adicionais as de âmbito nacional. Para que os indivíduos possam exercer o controle de suas próprias vidas e sobre o ambiente é necessário que as estruturas de autoridade nestas esferas sejam organizadas de modo que os indivíduos possam participar na tomada de decisões.

Mesmo após esta sistematização, a autora ainda traz alguns questionamentos, sendo que o que mais se destaca é o apontado abaixo:

É claro que quando a participação direta é possível, a definição é relevante, mas não fica claro até que ponto o paradigma da participação direta pode se repetir em condições onde a representação está se tornando amplamente necessária, embora o indivíduo tivesse mais oportunidades de participação política numa sociedade participativa (PATEMAN, 1992, p. 63).

Considera-se que ainda que as coisas tenham mudado muito nestas quatro décadas, desde a primeira publicação da obra de Pateman; os princípios que devem nortear as teorias de democracia participativa continuam os mesmos, merecendo apenas uma atualização para o modelo de sociedade atual, midiaticizado e em rede.

No próximo capítulo abordam-se práticas participativas e pode-se ver, então, que estes princípios muitas vezes norteiam estas práticas, o que prova, também, que a obra de Pateman (1992) continua sendo pertinente e merece ser estudada por todos que se interessam por participação e teoria democrática.

1.2 O CONCEITO APLICADO EM ESTUDOS BRASILEIROS

Após examinar as principais vertentes da teoria da democracia, especialmente as com foco na participação, procura-se entender, neste item, como os teóricos brasileiros tem compreendido a questão da participação.

Primeiramente, interessa conceituar participação. Segundo Gomes (2011), participação deve sempre estar atrelada a ideia da materialização da soberania popular, que é seu propósito mais tradicional e democraticamente sustentado. Ele ainda destaca que este sentido vem da palavra “participar”, que significa tomar parte em alguma coisa. Para ele, “participação para valer seria apenas aquela em que todos os membros da comunidade política pudessem participar, ou, pelo menos, em que haveria uma participação de massa” (GOMES, 2011, p. 24).

Relacionando com os pensamentos expostos no item anterior, pode-se dizer que esta perspectiva inclui dois aspectos distintos: uma vertente antirrepresentação, ou seja, contra o modelo de democracia representativa; e uma vertente que propõe a participação total, ou seja, a participação de todos, ainda que a representação continue vigorando em algumas instâncias.

Gomes (2011) destaca ainda que a participação não é um fim em si mesma. O fim estaria depois da participação, já que muitas vezes ela só é valorizada por quem participa quando este recebe um benefício privado a partir da participação inicial. Como se percebe, antigamente o fim era considerado a materialização da autonomia do povo. Se o povo tivesse autonomia de participar, o objetivo estava alcançado. No entanto, ele esclarece que a participação só é um valor democrático na medida em que pode produzir algum benefício – além do benefício da participação - para a comunidade atingida.

Desde as primeiras teorias da democracia há esta preocupação, que fica evidente em um dos questionamentos de Pateman (1992), que foi trazido para esta dissertação. Partindo daquela ideia da autora, e atualizando-a, pode-se dizer que os questionamentos giram em torno do seguinte fato: há, hoje, a possibilidade de uma sociedade sem representação?

Assim, a impossibilidade de uma participação direta de todos os afetados, pelo menos nos sistemas que vigoravam e ainda vigoram, fez com que surgisse a democracia representativa. No entanto, este modelo de democracia representativa acabou por afastar os cidadãos dos processos de decisão sobre as coisas públicas, o que acaba comprometendo a soberania popular. Este afastamento se dá, entre outras coisas, porque muitas vezes aspectos como a participação em todas as áreas e a nível local, como propõe Pateman (1992), não ocorrem.

Desta maneira, o que se busca hoje não é necessariamente o fim da representação, mas a produção de garantias para que ocorra uma participação total e constante, que se

materializa por meio de algumas práticas - o que será debatido melhor no subcapítulo a seguir - como o orçamento participativo e os conselhos municipais.

Compreendendo que aqui fica explícito o lugar adotado nessa dissertação, passa-se agora a discorrer sobre alguns pontos cruciais do entendimento de Gomes (2011) para a participação, relacionando-os com pensamentos de outros teóricos brasileiros, como Maia (2011) e Marques (2009).

O fato de que existem razões para a participação perpassa todo pensamento do autor. Segundo Gomes (2011), uma destas razões é que os indivíduos identifiquem uma oportunidade adequada para atingir fins desejáveis, entendendo oportunidade como uma circunstância onde os custos sejam recompensados pelos benefícios, de preferência em larga escala. Pode-se interpretar aqui que uma iniciativa de um orçamento participativo, por exemplo, só será uma oportunidade vantajosa quando assegurar que o dinheiro seja destinado ao local escolhido por meio da participação, ou seja, que a participação se efetive. Além disso, pode-se entender custo como a quantidade de energia que o indivíduo precisa despender para participar. Desta forma, quanto menor o custo e maior a recompensa, mais propenso à participação está o sistema. No caso das estratégias analisadas nesta dissertação, considera-se que a participação se efetivaria no momento em que as considerações dos indivíduos fossem levadas em conta na hora de construir o plano de governo da candidata Manuela D'Ávila, já que o objetivo das ações era esse e qualquer iniciativa a partir disso dependia do resultado eleitoral.

Sobre esta questão, Maia (2011) diz que as pessoas se mostram mais propensas a participar quando sabem que suas opiniões serão levadas em conta, fazendo com que suas ações tenham consequência direta e, portanto, participar faça a diferença. Nestas teorias, diferente das examinadas no item anterior, o indivíduo não está tão educado para aceitar um resultado diferente do que o que ele esperava. Pelo contrário, ele está esperando ser beneficiado diretamente pelas ações, não havendo uma consciência de coletividade tão grande, pois como afirma Gomes (2011), muitas vezes essa participação só é valorizada quando o indivíduo recebe em troca algum benefício privado.

Por isso, a instância política precisa entender que mais do que disponibilizar um espaço para participação é necessário acolhê-la e, após esta se consolidar, dar um destino efetivo para ela. Assim transformará essa participação em uma oportunidade vantajosa, pois, como visto anteriormente, se não for considerada vantajosa, não haverá tanta participação. Deve ser entendido como um ciclo que se retroalimenta, na medida em que todos saírem, em

tese, ganhando. A instância política ganha com o aumento da participação e os indivíduos ganham ao ter suas demandas atendidas.

O que é necessário entender é que não basta haver meios, motivos e oportunidades para participação, é necessário que tenha tudo isso, mas acima de tudo, que o indivíduo queira participar.

Tudo o que se pode fazer, acredito, é criar meios de participação, oferecer oportunidades para que estes meios possam ser usados e esperar que características incluídas nas oportunidades (constrangimentos ou recompensas) sejam suficientes para motivar a participação. E, realmente, não importa se tais iniciativas sejam oriundas do sistema político, do Estado ou da sociedade (GOMES, 2011, p. 41).

Nesse sentido, Maia (2011) aponta a necessidade de institucionalizar a participação de diferentes formas, para que ela se torne mais ampla e mais eficaz. Considerando que hoje a participação é muito fragmentada, fica evidente a necessidade de ampliar as frentes participativas. Grupos em busca de demandas específicas não podem ser ignorados, pelo contrário, podem ser entendidos como indivíduos aptos a participar daquele debate, já que o assunto lhes interessa e é estudado por este grupo específico. Isto os tornaria aptos a participar do processo decisório. Esta ideia dos pequenos grupos participando de discussões específicas pode se relacionar com a questão da participação que deveria se dar em diferentes áreas – como governos e indústrias - e níveis – desde organizações de bairros até governos nacionais - sistematizada por Pateman (1992).

Destaca-se também que a institucionalização garante que a participação não fique atrelada somente a iniciativas esporádicas, mas que ocorra sempre, que seja um processo natural. É necessário que a questão da participação seja central nos governos, e que, se possível, transforme-se em lei ou em política pública, como é o caso dos conselhos e do Orçamento Participativo. O desafio que se coloca, então, é o de desenvolver uma aparelhagem político-institucional que possa institucionalizar a discussão e a participação dos cidadãos e que ainda assegure variadas formas de controle e fiscalização, para que os indivíduos possam acompanhar os resultados do processo participativo.

Ainda neste sentido da institucionalização, conforme Marques (2009), muitos teóricos participacionistas de vertente republicana e comunitária apontam que a “crise da democracia” só seria revertida com a criação, a manutenção e o aperfeiçoamento de canais participativos. Estes estudiosos afirmam, ainda, que a separação rígida entre a esfera dos representantes e a esfera civil – que entende-se aqui como “instância política” e “instância cidadã” (CHARAUDEAU, 2008) – compromete as decisões tomadas pelos representantes.

Maia (2011) ainda esclarece que por mais que a “instância cidadã” (CHARAUDEAU, 2008) participe, não são as associações cívicas que garantem a participação, devido à questão da necessidade da institucionalização. No entanto, a autora acredita que é importante que essa sociedade civil se mobilize, ainda que as iniciativas devam ser promovidas por agentes de fora desta instância para que tenham mais possibilidade de se perpetuar. A importância desta mobilização da esfera civil se dá principalmente devido ao caráter educativo da participação, como vimos no subcapítulo anterior. Garantindo a participação em diversas instâncias, principalmente as mais locais como associações de bairro, é mais fácil que os indivíduos participem também em instâncias políticas mais formais, como a Câmara de Vereadores ou o parlamento. Alguém que nunca exerceu a participação a nível local dificilmente optará por participar nestas outras instâncias, a menos que o tema debatido lhe seja muito caro, o que reflete em um fenômeno que podemos observar nos dias de hoje é que a fragmentação da participação.

Somando-se a todos estes aspectos de natureza mais estrutural que foram citados, ainda existem outros que dizem respeito mais a questão cultural. Ou seja, a tudo isso se soma a péssima imagem pública que os políticos, no geral, e a política, têm. Grande parte do que se vê na mídia hegemônica é negativo. Escândalos de corrupção, nepotismo, prioridade aos interesses privados frente aos públicos e outras más práticas são divulgadas o tempo todo por estes veículos, fazendo com que os indivíduos tenham uma percepção negativa da política. Isso acarreta, dentre outras coisas, um distanciamento entre os cidadãos e a política. O ideal seria que ocorresse o contrário. As pessoas deveriam procurar se engajar para modificar essa realidade.

Aqui fica evidente a relação que existe entre as instâncias do discurso político propostas por Charaudeau (2008). A “instância midiática”, ao escolher o agendamento e o enquadramento com que trata os fatos a respeito da “instância política” acaba por influenciar a “instância cidadã”. É evidente que não o receptor é tratado com um ser alienado e incapaz de fazer juízo a respeito do que vê na mídia, mas também sabe-se que de maneira direta ou indireta isto acaba influenciando.

Portanto, pode-se dizer que falta também uma cultura de participação (GOMES, 2005) na população e as razões são muitas e serão elencadas brevemente a seguir.

A “instância cidadã” (CHARAUDEAU, 2008), muitas vezes, não consegue ver resultados concretos para sua participação. O que se vê é que o lobby das indústrias e da mídia é muito mais forte do que o da camada popular. Isso desestimula a participação dessas pessoas, fazendo-as se acomodar em seu lugar de conforto. Estes aspectos não são

considerados nas teorias examinadas no item anterior, provavelmente porque a sociedade naquele contexto era outra. Sendo assim, essas questões não se faziam tão presentes como hoje, na sociedade midiaticizada em que se vive.

Outra destas razões é apontada por Marques (2009), ao dizer que quando se pensa em soluções para corrigir o problema da falta de participação depara-se, quase sempre, com um quadro institucional que não está suficientemente apto para estimular atividades participativas e nem para receber e processar de modo adequado as participações da “instância cidadã” (CHARAUDEAU, 2008). Como já foi dito, é necessário que seja prioridade do governo a implantação destas práticas participativas. Não é legítimo que somente um gabinete ou uma secretaria se ocupem destas questões e todo o resto do governo mantenha as mesmas estruturas hierárquicas autoritárias de outros sistemas. Com essa preocupação forma-se um quadro, inclusive funcional, apto a fomentar esta participação da “instância cidadã” (CHARAUDEAU, 2008).

Ainda considera-se importante buscar em Aldé (2001) o que se pode entender por atitude política, visto que esta também pode influir na participação e diz respeito à competência do cidadão comum para a política. Esta atitude política é algo que se relaciona com a cultura política e, portanto, é um aspecto que merece ser levado em conta.

Conforme Aldé (2001, p. 30), “atitudes são geralmente entendidas como um quadro relativamente estável de crenças, cuja origem e flexibilidade relativa são matéria de grande controvérsia. Atitudes políticas são centrais na definição da opinião e da ação políticas”. Para a autora, as atitudes políticas podem ser enquadradas em dois eixos, sendo que o primeiro diz se elas são fortes ou fracas e o segundo se são positivas ou negativas. Estes eixos combinam-se e assim a atitude política do cidadão pode ser, por exemplo, forte e positiva ou fraca e positiva.

A autora explica, então, que a atitude política do cidadão em relação à política pode ser, em primeiro lugar, de intensidade forte ou fraca. Um cidadão tem uma atitude mais forte em relação à política quanto mais central esta for no seu cotidiano, como por exemplo observar a espontaneidade com que os assuntos políticos surgem no discurso dos cidadãos e o quanto estes se interessam pelo tema. A autora ainda enfatiza a necessidade de se relativizar essa centralidade em se tratando de cidadãos comuns.

O segundo eixo, positivo/negativo, conforme Aldé (2001), observa em que medida os cidadãos acreditam nas instituições políticas existentes, professam valores políticos positivos e admitem a possibilidade de melhorar o mundo através da política.

A autora consegue identificar por meio de entrevistas diferentes posições em torno dos eixos de intensidade e valência que resultaram em algumas combinações que apresentam as variações possíveis nas atitudes políticas dos cidadãos brasileiros à época.

Aldé (2001) identifica os cidadãos integrados, que seriam aqueles que possuem uma atitude forte e positiva. Estes cidadãos preocupam-se com a política mesmo fora do período eleitoral. São indivíduos que possuem um sentimento de validade do mundo público, além de conhecerem e aceitarem as regras do jogo, mesmo quando são críticos ao governo ou aos políticos.

Outro grupo identificado pela autora tem uma atitude cética em relação à política, portanto tem uma atitude negativa no que diz respeito ao segundo eixo, entretanto é ao mesmo tempo forte em sua intensidade.

Extremamente críticos em relação à política, se interessam e acompanham, no entanto, a conjuntura do país. O mundo público, ações de políticos e explicações recorrentes sobre o tema são salientes em seu discurso espontâneo e nas conversas cotidianas, mas sua atitude em relação às possibilidades da política é de ceticismo (ALDÉ, 2001, p. 52).

Estes indivíduos são, de modo geral, pessoas que tiveram experiências de ação política institucionalizada, como em sindicato e associação de moradores, ou mesmo como cabos eleitorais de partidos ou candidatos. Como as experiências foram majoritariamente negativas, muitas vezes o sentimento em relação à política é de trauma.

O terceiro grupo identificado por Aldé (2001) é o que ela chama de angustiados. Estes possuem uma atitude claramente forte em relação à política, mas também tensa quanto à valência que lhe atribui. São indivíduos que se motivam com a política, mas sentem-se divididos entre a falta de perspectivas positivas em relação à política e o sentimento de cidadania ou patriotismo como um dever. Estes indivíduos entendem o potencial da política como produtora de bem-estar, mas não acreditam nas instituições disponíveis para a ação política.

Os outros grupos identificados possuem uma atitude mais passiva. Dentro da intensidade fraca, o primeiro grupo identificado é o que possui atitude fraca e positiva. Segundo a autora, o mundo político apresenta-se distante do cotidiano dessas pessoas. Eles não se interessam por política e não tomam a iniciativa de participar. No entanto, nos momentos em que sua participação é requerida ou em que são questionados sobre política, não se sentem particularmente ofendidos por regras e procedimentos políticos. Eles consideram estes comportamentos senão perfeitamente legítimos, ao menos usuais e

corriqueiros. Este grupo geralmente deixa-se mobilizar pela proximidade do período eleitoral quando são chamados a participar. É possível pensar que, provavelmente, a maior parte dos indivíduos que participaram do Bairro a Bairro se encaixam neste grupo, pois foram chamados a participar e o fizeram, considerando também a proximidade da eleição. Pelo menos antes do Bairro a Bairro eles não participariam de outras práticas participativas como Conselhos Municipais e Orçamento Participativo. Isso ficará claro no momento em que forem apresentadas as análises dos resultados obtidos no estudo de caso.

Por fim o grupo de atitude fraca e negativa. Este é composto de “cidadãos que demonstram uma indiferença em relação à política que se traduz em impaciência e irritabilidade sempre que o tema aparece” (ALDÉ, 2001, p. 52). Estes indivíduos geralmente tem pouco contato com a política e preferem não considerar os problemas da pauta pública como de sua alçada. Procuram evitar o tema, pois este só lhes provoca sensações de fraude e impotência. Estes cidadãos gostam de declarar, por exemplo, que anulam o voto. Embora esteja distante, assim, de seus interesses, sua disposição em relação à política é claramente negativa.

Cabe enfatizar que as pessoas não são unívocas em suas atitudes. Indivíduos cuja atitude é tendencialmente fraca em relação à política podem, por ocasião de um escândalo ou das eleições, demonstrar mais interesse, assim como, mesmo tendendo para uma aproximação negativa da política, mobilizar-se positivamente em relação a algum ponto da pauta pública ou algum personagem político específico (ALDÉ, 2001, p. 53).

Esta noção de atitude política trazida por Aldé (2001) relaciona-se profundamente com a questão da cultura participativa, visto que se pode compreender, por exemplo, que indivíduos com atitude política forte e positiva têm mais propensão a participar.

A partir deste apanhado e relacionando com a teoria da democracia participativa de Pateman (1992), acredita-se que é necessário voltar novamente os olhos para a função educativa da participação. É esta função educativa e esta participação nos mais diversos níveis e áreas que ajudará a criar a cultura participativa que tanto se almeja hoje. A partir do momento em que os indivíduos estejam familiarizados com o processo participativo eles inclusive cobrarão estruturas mais participativas, já que não aceitarão mais ficar a parte do processo decisório. Como se sabe, no modelo de democracia representativa a “instância política” (CHARAUDEAU, 2008) só se mantém lá por meio dos votos da “instância cidadã” (CHARAUDEAU, 2008), e desta forma, precisa agradá-la. Ou seja, mesmo que o modelo seja de democracia representativa, a participação pode ser ampliada principalmente se os

indivíduos mostrarem aos seus representantes que desejam e que estão aptos a participar, e isto só ocorrerá à medida que participar seja um processo natural para os cidadãos.

O que foi apresentado neste subcapítulo permite fazer uma reflexão sobre as similaridades e diferenças que existem entre os principais aspectos apresentados na sistematização de Pateman (1992) e o entendimento dos autores brasileiros sobre o conceito de participação. A primeira diferença que se apresenta é o fato de que para os primeiros teóricos da democracia participativa a participação podia ser considerada um fim em si mesma, visto que trazia diversos benefícios, como o tão enfocado caráter educativo. Já os autores brasileiros destacam a necessidade de que haja um benefício em troca desta participação, pois só assim os indivíduos se sentiriam estimulados para participar. Sobre isso é necessário problematizar em que medida isso pode ser considerado educativo ou não, visto que a participação só ocorreria porque o indivíduo busca algo em seu próprio benefício, enquanto os autores apresentados por Pateman (1992) acreditavam que a medida em que os indivíduos iam participando eles conseguiam aceitar a decisão coletiva, ainda que esta não fosse a sua opinião. Outra diferença é que para os brasileiros há uma necessidade de institucionalizar a participação nas instâncias superiores, porque assim ela seria bem acolhida e traria resultados, o que acabaria gerando mais participação, pois as pessoas teriam suas demandas atendidas. Já os teóricos anteriores ressaltam a participação à nível local e nas mais diversas instâncias como uma forma de aumentar a participação de modo geral, porque assim o cidadão seria educado para isso e acabaria se gerando uma cultura participativa. Também destaca-se como diferença o fato de que não havia menção à mídia nas primeiras teorias, provavelmente porque o contexto da época era outro.

Como similaridade entre os teóricos, pode-se apontar que a questão da fragmentação citada pelos brasileiros se assemelha ao que os autores citados por Pateman (1992) entendem como a participação aplicada às mais diversas instâncias, à nível local e às fábricas. Isso porque esta fragmentação possibilita com que os indivíduos atuem em grupos específicos sobre assuntos que lhes interessam e que muitas vezes podem se assemelhar às guildas mencionadas por Cole em sua teoria.

Entende-se ainda, com base neste breve diagnóstico, que o uso das estratégias comunicacionais adequadas é um fator importante a ser considerado no sentido de buscar fomentar uma participação política maior da “instância cidadã” (CHARAUDEAU, 2008). Como já foi dito, a sociedade hoje é permeada pela mídia, cujas lógicas dominam os mais diversos campos, inclusive o político. Nada mais natural, então, do que fomentar a participação por meio das estratégias comunicacionais adequadas.

O levantamento realizado neste subcapítulo deu embasamento para o que será tratado no capítulo seguinte. A partir disto entende-se a necessidade de compreender as práticas participativas que têm apresentado bons resultados no Brasil, por acreditar que é a partir delas que se criará uma cultura participativa. É pertinente também a reflexão sobre elas no sentido de compreender em que estágio de participação está a nossa sociedade e quais os desenhos institucionais mais adequados para convocar cada tipo de participação.

1.3 PRÁTICAS PARTICIPATIVAS NO BRASIL

Como apontado nos subcapítulos anteriores, para que uma democracia tenha aspectos que possam ser chamados de participativos e, assim, legitimar o regime democrático, é necessário que se estabeleçam práticas participativas nas mais diversas áreas e níveis, desde uma organização de bairro até o governo nacional.

Assim, neste subcapítulo serão examinadas práticas participativas¹⁷ diversas e que têm sido estudadas por pesquisadores brasileiros, com o intuito de contribuir na construção de um panorama destas práticas que ocorrem no Brasil, dando ênfase à cidade de Porto Alegre, por ser o município que abriga o contexto desta pesquisa. Sabe-se a diferença existente entre as práticas apresentadas aqui e a participação em contexto eleitoral, mas considera-se importante apresentá-las no sentido de compreender em que estágio participativo se está. Também julga-se importante estudar estas práticas porque elas têm dois aspectos importantes, citados por Pateman (1992). São estas práticas que possibilitam uma participação a nível local, pois geralmente ocorrem em âmbito de bairros e municípios e também porque é por meio desta participação que os indivíduos serão educados para o sentido de participar, aprendendo inclusive a aceitar a decisão tomada pela maioria, mesmo que seja contrária a sua preferência. Sabendo que o contexto eleitoral tem as suas peculiaridades e resulta em diferentes formas de engajamento e participação, e que é preciso levar em conta também que mobiliza inclusive pessoas dos grupos cuja atitude com relação à política não é positiva e nem forte (ALDÉ, 2004), ainda assim acredita-se que estudar estas práticas é importante para compreender o contexto participativo brasileiro e, mais especialmente, da cidade de Porto Alegre, que também é mencionada nos estudos de Avritzer devido ao seu pioneirismo.

¹⁷ Avritzer (2008) propõe, ao invés de utilizar o conceito de práticas participativas, utilizar o de instituições participativas, argumentando que é necessário relacionar participação com institucionalização. Entretanto, nesta dissertação, utilizaremos o conceito de práticas participativas.

A participação no Brasil é fragmentada, portanto, as práticas participativas também são. Variam desde desenhos institucionais até temáticas abordadas, que vão dos conselhos de saúde, passando por políticas de assistência social até chegar ao meio ambiente. A seguir, apresenta-se o contexto brasileiro que levou à criação destas práticas, bem como seus diferentes desenhos institucionais.

Conforme Avritzer (2008), o Brasil se transformou, ao longo do século XX, de um país com poucas formas de participação da população de baixa renda, em um dos países com o maior número de práticas participativas. Jacobi (2002) resgata, de forma breve, um histórico da participação no Brasil. Ele diz que na década de 70, à revelia do Estado, atores da sociedade civil criam novas formas de participação, quando aliados aos movimentos populares se articularam nas lutas pela conquista de direitos civis e sociais. Além de criar estes espaços democráticos, os movimentos tiveram papel fundamental nas formações normativas do eleitorado, exercendo assim também uma influência sobre a “instância política” (CHARAUDEAU, 2008).

Já nos anos 80 cresce a complexidade da relação entre movimentos e poder público. Os moradores estão cada vez mais envolvidos nas associações das suas comunidades e a “instância política” (CHARAUDEAU, 2008) passa a dar cada vez mais respostas às demandas surgidas nas comunidades. Assim, com a aproximação também de profissionais e técnicos especializados nas questões levantadas, aglutina-se conhecimento em torno das causas.

E é ainda na década de 80 que surgem práticas pioneiras como o Orçamento Participativo (OP), criado em Porto Alegre. Esta prática atraiu os olhares da sociedade brasileira - e posteriormente da internacional - a estas novas formas de participação.

É a década de 80 que reserva também garantias constitucionais de participação popular. A Constituição de 1988, primeira pós-ditadura militar, além de garantir a possibilidade da iniciativa popular apresentar projetos ao legislativo, também regulamentou a participação de representantes de associações populares no processo de organização das cidades através dos planos diretores municipais. A participação da sociedade civil na regulamentação de políticas públicas de saúde e assistência social também se efetivou por meio da legislação. É a partir deste momento, também, que se institucionalizam os conselhos municipais. Aborda-se, então, a partir de Avritzer (2008) o orçamento participativo, os conselhos e os planos diretores municipais, procurando entender o funcionamento destas práticas participativas que podem ser consideradas as principais em âmbito brasileiro.

Conforme Avritzer (2008), o orçamento participativo teve origem na cidade de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, no ano de 1988, com a eleição de Olívio Dutra, do Partido dos Trabalhadores (PT), para prefeito municipal. No entanto, a origem da proposta situa-se no campo das associações comunitárias, já que o prefeito anterior, Alceu Collares, do PDT, havia ouvido uma proposta semelhante da União das Associações dos Moradores de Porto Alegre (UAMPA), em 1986.

O programa de governo do PT tinha uma ideia forte de democracia participativa e propunha conselhos operários, que gerariam conselhos da cidade que, por sua vez, acabariam gerando uma administração paralela na cidade. Não havia, então, uma proposta de orçamento participativo, mas sim uma proposta genérica de governo participativo. Preocupados com a demanda surgida na UAMPA, adaptaram a proposta e criaram o Orçamento Participativo.

O governo Olívio Dutra buscou ampliar os espaços de participação desde os primeiros dias de sua administração. As secretarias introduziram alguma instância de participação como primeira medida. Depois, optou-se por centralizar todas as reivindicações da comunidade na Coordenação de Relações da Comunidade. A partir daí era uma questão de tempo para que o OP surgisse.

Desse modo, quatro passos em direção à constituição do orçamento participativo coincidiram no começo da administração Olívio Dutra: a preocupação do movimento comunitário com o controle do orçamento e sua decisão ao nível local; a ênfase dada pelo Partido dos Trabalhadores na participação em conselhos; e a iniciativa descentralizada de diversas secretarias, inclusive a secretaria do planejamento, de encorajar a participação popular e, pouco depois, a iniciativa de centralizar todas as formas de participação na CRC (AVRITZER, *a/c*, p. 9).

É importante destacar ainda que o processo de criação do Orçamento Participativo está ligado à ação de múltiplos atores e de dois elementos que se superpõe: o desenvolvimento de um forte movimento comunitário na cidade que deu novos elementos culturais às comunidades locais e a capacidade da sociedade civil brasileira de incorporar na Constituição os ideais de cidadania através da participação de associações comunitárias e indivíduos antes excluídos nos processos de decisão locais. Estes elementos foram de fundamental importância no processo de inovação institucional que resultou no OP.

Como explica Avritzer (*a/c*), em termos práticos, o Orçamento Participativo é uma prática participativa de nível local que tem por objetivo atender as demandas dos menos favorecidos e proporcionar uma distribuição mais justa dos bens públicos.

O OP é realizado em diversas cidades, cada qual com as suas particularidades, no entanto os objetivos e o caráter participativo estão sempre presentes. A intenção aqui é

explicar as particularidades do Orçamento Participativo de Porto Alegre, por se tratar do pioneiro, aquele deu origem aos demais, e também porque entender o contexto participativo de Porto Alegre interessa a esta dissertação.

No OP de Porto Alegre, o processo de negociação divide-se em duas etapas e envolve membros de associações de bairro e cidadãos comuns. Na primeira etapa, duas assembleias regionais intercaladas com uma local e a participação dos cidadãos é direta. Já na segunda etapa, é formado um conselho de delegados.

Como a cidade possui 16 regiões administrativas, na primeira fase realizam-se 16 assembleias regionais nos bairros. O critério para participação é o da moradia e o de decisão é o da maioria. Já as assembleias temáticas são realizadas em cinco áreas: saúde e assistência social, transporte e circulação, organização e desenvolvimento da cidade, cultura e lazer, e desenvolvimento econômico. Assim como nas assembleias regionais, o critério de decisão é o da maioria, mas o de participação não é mais o de moradia, mas sim o de interesse pelo tema.

Como não é o objetivo do trabalho, não será explicitada de que maneira são feitos os cálculos dos delegados que irão para as próximas fases, apenas cabe ressaltar que é de acordo com o número de participantes por região, na primeira fase do processo, de modo que as regiões mais participativas terão mais voto no conselho.

As segundas rodadas regionais já têm os delegados definidos e a eles cabe hierarquizar as prioridades e definir as obras prioritárias nas sub-regiões. Ao hierarquizar as prioridades cabe à comunidade escolher cinco temas dentre os doze possíveis no OP. A hierarquização é feita com base em três critérios: o acesso anterior da população ao bem público em questão, a população de região e a decisão da população.

Por fim, o conselho do Orçamento Participativo é instalado em julho de cada ano. Este conselho tem como atribuições: 1) debater e aprovar a proposta orçamentária da cidade, que foi confeccionada no Gabinete de Planejamento da Prefeitura e tem como base as decisões sobre hierarquização das obras tomadas nas assembleias intermediárias; 2) rever a proposta final de orçamento elaborada pela prefeitura; 3) acompanhar a execução das obras; 4) discutir aspectos técnicos que porventura inviabilizem alguma obra aprovada.

O processo do Orçamento Participativo de Porto Alegre é importante nesta pesquisa porque levanta alguns questionamentos. Na primeira fase do OP, as assembleias acontecem nos bairros, o que leva a crer que os indivíduos das comunidades visitadas no Bairro a Bairro já poderiam ter experiências de participação anteriores. É necessário problematizar também o pioneirismo da cidade de Porto Alegre na implementação de práticas participativas. Os moradores da cidade poderiam ser indivíduos acostumados a participar, já que o processo

existe há anos e veio se consolidando a partir de então, tornando-se exemplo para diversas cidades no Brasil e no mundo. Entretanto, como se pode ver nesta análise, essa não é a realidade encontrada e há relatos inclusive de que o processo do Orçamento Participativo se esvaziou de uns anos para cá, principalmente após a eleição de governos mais conservadores.

Depois da utilização dos escritos de Avritzer (2008; a/c) para explicar o processo do Orçamento Participativo, segue-se falando a respeito dos conselhos e de como eles se instituem, para depois explicar os três tipos de desenhos institucionais identificados por Avritzer (2008). A identificação destes desenhos institucionais permite uma análise interessante acerca das práticas participativas.

Assim como o Orçamento Participativo, os conselhos municipais têm suas particularidades em cada cidade. No entanto, como a instauração dos conselhos se deu por via constitucional, há alguns requisitos que devem ser sempre observados.

Embora a Constituição tenha sido promulgada em 1988, foi no início da década de 90 que os artigos referentes à questão da participação nas políticas públicas foram regulamentados. As primeiras áreas a terem conselhos regulamentados por lei no Brasil foram a saúde e assistência social. Essa regulamentação resultou na primeira onda de expansão dos conselhos que ocorreu, principalmente, nas maiores capitais do país.

É só no começo da década seguinte que se pode perceber uma nova onda de expansão destes conselhos, desta vez em cidades de porte médio, com mais de 100.000 habitantes. As análises de Avritzer (2010) mostram que os conselhos, ao se expandirem para as outras cidades, mantinham os mesmos elementos organizacionais presentes nos conselhos das capitais.

Alguns elementos, tais como representação paritária da sociedade civil, existência de um plenário e decisões importantes tomadas em plenário parecem ser elementos constantes da organização dos conselhos. [...] Tais elementos indicam a forte presença de atores da sociedade civil, ainda que não indiquem que tal presença tem o mesmo efeito democratizante em todas as situações (AVRITZER, 2010, p. 33).

A estrutura de organização interna dos conselhos tem partido de quatro pilares: decisão em plenário, secretaria executiva, presença de mesa diretora e existência de comissões temáticas. Ainda que com base em Avritzer (2010), isto varie de cidade pra cidade e de temática para temática, estes elementos estão presentes na grande maioria dos casos analisados.

Entretanto, embora existam semelhanças na maneira como os conselhos são constituídos, não se pode dizer que a capacidade democratizante e deliberativa é a mesma em

todos os contextos. Segundo a pesquisa¹⁸, nas capitais essas capacidades são maiores. Se for analisada apenas a questão da vocalização nos conselhos de saúde, por exemplo, os dados apontam que ela é em média 10 pontos percentuais maior nas capitais do que nas cidades de porte médio.

Um dos fatores que contribuem para isto é a dependência que existe entre a trajetória de organização da sociedade civil nas temáticas dos conselhos e a participação qualificada que ocorre nestes.

Outra variável que é central nas discussões sobre instituições participativas é a do desenho institucional. A escolha do desenho e suas variações incidem diretamente sobre a prática participativa e trazem conseqüências para os resultados da participação. “Fung e Wright (2003), particularmente, insistem na sua importância para a efetividade, a equidade e a extensão da participação no interior das mesmas, uma vez que ela oferece os parâmetros – regras e procedimentos – para sua atuação” (FARIA e RIBEIRO, 2010, p. 62).

As autoras ainda explicam que conforme Fung (apud FARIA; RIBEIRO, 2010), o desenho escolhido pode incidir em quatro pontos: 1) no caráter da participação em termos de quantidade, vieses e qualidade da deliberação; 2) na capacidade de informar os participantes e fomentar as habilidades da cidadania; 3) na relação com o Estado em termos de controle público, justiça das políticas e sua eficácia; 4) capacidade de mobilização popular.

Avritzer (2008) examina três práticas diferentes (as mais difundidas no Brasil) e com desenhos institucionais diferenciados. Os desenhos são: “de baixo para cima”; partilha de poder; ratificação pública.

Como um exemplo exitoso de desenho “de baixo para cima” ele aponta o Orçamento Participativo. Para compreender este desenho ele apresenta um breve histórico acerca da cidade de Porto Alegre, contextualizando a conjuntura política da cidade e a existência de uma sociedade civil organizada e com a presença forte de movimentos comunitários desde os anos 1950.

Além disso, no momento imediatamente posterior à redemocratização brasileira, enquanto as principais capitais das regiões Sul e Sudeste do país tinham embates eleitorais entre direita e esquerda, em Porto Alegre a disputa se deu dentro do campo da esquerda. A eleição de 1986 foi vencida por Alceu Collares do PDT e resultou em todo o processo já apresentado anteriormente com a consulta a UAMPA e, posteriormente à criação, pelo PT, do Orçamento Participativo.

¹⁸ Para mais informações sobre a pesquisa ver Introdução, Avritzer (2010).

Nos primeiros anos de OP a participação varia muito e depende da organização prévia das regiões, entretanto, a presença de uma sociedade civil forte e uma sociedade política com ideais de esquerda gerou o Orçamento Participativo e foi capaz de sustentá-lo nos primeiros anos, quando a prática ainda era contestada e estava sendo testada, fazendo com que a participação não fosse tão grande. Depois, como sabemos, o Orçamento Participativo se tornou um caso de sucesso nacional e internacional, sendo reproduzido – com adaptações – em várias cidades do Brasil e do mundo.

As experiências de Orçamento Participativo em outros locais corroboram com a tese de que para que práticas com o desenho “de baixo para cima” tenham sucesso é necessária a associação entre uma sociedade civil forte e organizada e uma vontade política. É por isto que em cidades como Porto Alegre e Belo Horizonte o OP foi um exemplo de sucesso e em locais como São Paulo (devido à enorme desigualdade política e social entre as regiões e à falta de centralidade das políticas participativas da gestão municipal do PT) nem tanto.

Avritzer (2008, p. 52) afirma, então, que “neste sentido, se o OP é uma política participativa fortemente democratizante, ele também é uma política participativa fortemente dependente da vontade do governante”.

Apresenta-se agora o exemplo trazido pelo autor de desenhos institucionais de partilha de poder. O exemplo que ele traz é o dos conselhos de saúde, que por determinação constitucional estão presentes em mais de 5.000 municípios brasileiros.

Os conselhos de saúde também têm origem ligada aos movimentos sociais, sendo os principais o movimento sanitarista que era formado por profissionais da saúde e instituições ligadas a área, como a Fundação Oswaldo Cruz, e do outro lado o movimento popular da saúde, que teve origem em São Paulo e reunia usuários da saúde que tinham por objetivo controlar a qualidade dos serviços de saúde na região leste da cidade.

Então, na VIII Conferência Nacional de Saúde ocorrida em 1986 buscou-se aglutinar as reivindicações dos dois movimentos, o que acabou resultando na criação dos conselhos de saúde que só foi regulamentada em 1990 pela lei 8.142.

Um dos elementos mais importantes dos conselhos, e que caracteriza os desenhos institucionais de partilha de poder é a associação entre a falta de participação e a sanção. No caso específico dos conselhos essa sanção se expressa na suspensão de recursos públicos federais para municípios que não tiverem participação popular na área da saúde.

Através de pesquisas em Porto Alegre, Belo Horizonte e São Paulo, Avritzer (2008) afirma que em casos onde o desenho “de baixo para cima” é exitoso, o desenho de partilha de poder também é, o que se confirma nos casos de POA e BH. O que interessa, então, é

examinar os casos nos quais este desenho é implantado na ausência de uma sociedade civil forte ou contra a vontade da sociedade política.

Em São Paulo, os conselhos de saúde surgiram na administração de Luiza Erundina do PT, em 1989, ou seja, antes mesmo da regulamentação de uma lei que exigisse a criação dos conselhos. No entanto, a partir de 1993, com a eleição de Paulo Maluf, e durando até 2000, a política municipal de saúde enfrentou uma onda conservadora e anti-participação, que se expressou principalmente em dois momentos: a tentativa de privatização dos serviços municipais de saúde e a forte tentativa da prefeitura de interferir na composição da representação da sociedade civil no conselho de saúde.

Estes movimentos resultaram na suspensão dos repasses dos recursos do governo federal para a cidade de São Paulo. Ainda tentou-se, sem sucesso, modificar a legislação por meio de decretos que modificassem a estrutura da representação da sociedade civil no conselho. Como resposta, modificou-se também o estatuto do conselho de forma a deixar bem claro o que se entendia por associações da sociedade civil e não permitindo manobras da prefeitura.

Assim, nos casos em que as organizações da sociedade civil são fortes, é possível, através da sanção estabelecida pela lei e pela formas de organização dos movimentos populares em questão, resistir a uma tentativa do governo de retirar poder da instância participativa. Dessa forma, os desenhos de partilha se diferenciam dos desenhos de participação “de baixo para cima” devido a sua maior independência do sistema político (AVRITZER, 2008, p. 55).

O autor ainda apresenta brevemente o caso do conselho de saúde de Salvador que foi criado em 1991 em virtude da lei 8.142. Salvador é um caso particular onde a sociedade civil é fraca e a sociedade política é hostil. Neste caso o conselho acaba se tornando inefetivo.

Por fim, o último dos desenhos institucionais examinados por Avritzer (2008) é o da ratificação pública. A diferença entre este processo e os dois anteriores é que, neste, a sociedade civil não inicia o processo de deliberação política como nos outros dois, mas finalizam um processo que já foi iniciado pelo Estado. O que varia neste modelo é a forma como a sociedade civil e a “instância política” (CHARAUDEAU, 2008) se relacionam.

O caso analisado por Avritzer (2008), para entender este desenho, é o dos Planos Diretores Municipais (PMD). Estes planos são a terceira forma de participação democrática surgida no Brasil no período pós-ditadura militar e sua origem se assenta na formação do Movimento Nacional pela Reforma Urbana (MNRU). Este movimento é o primeiro

movimento da sociedade civil de caráter nacional e contemplava uma grande aliança entre associações de bairro, sindicatos, ONG's e associações profissionais.

Assim como o movimento da saúde, o MNRU apresentou à Assembleia Nacional Constituinte uma proposta de emenda popular. Esta envolvia os seguintes elementos: direito à cidade; participação popular nas decisões urbanas; direito do estado de reservar áreas nas cidades se antecipando ao desenvolvimento urbano; imposto urbano progressivo e outorga onerosa, ou seja, legalização das áreas públicas de até 250 metros ocupadas pela população.

Algumas das reivindicações foram incluídas na Constituição, mas os setores conservadores propuseram integrar essas propostas em um Plano Diretor Municipal, com o objetivo de retardar a reforma urbana. E conseguiram. Somente 14 anos depois, com a aprovação do Estatuto da Cidade é que ficou estabelecido que todas as cidades com mais de 20 mil habitantes tenham planos diretores municipais aprovados em audiências públicas.

Avritzer (2008) examina os casos de São Paulo e Salvador, pois afirma que estes dão mais condições de entender as diferenças de influência dos desenhos institucionais no sucesso das instituições participativas.

O plano diretor de São Paulo foi uma das prioridades da administração de Marta Suplicy do PT e foi elaborado no primeiro ano de governo, tendo sido enviado para a Câmara de Vereadores em maio de 2002. No processo de aprovação do plano ocorreram 26 audiências públicas e 15 reuniões com ONG's.

Havia uma convergência entre os interesses da sociedade civil e do governo, entretanto, o plano diretor municipal sofreu forte oposição de setores conservadores e que se sentiam diretamente afetados pelas medidas que o plano iria causar. Estes setores foram à justiça com as suas reclamações, o que obrigou a prefeitura a refazer as audiências públicas.

Ao final deste processo o PMD de São Paulo foi aprovado com um elevado número de emendas pontuais de vereadores que mudavam pequenas configurações do zoneamento na tentativa de atender a interesses pontuais. O caso do PMD de São Paulo mostra uma sociedade civil dividida e uma sociedade política que necessita da normatização da participação popular para torná-la eficaz (AVRITZER, 2008, p. 58).

Já Salvador, como falado anteriormente, é uma cidade conhecida pela fraca participação da sociedade civil na elaboração de políticas públicas. No caso dos Planos Diretores Municipais a prefeitura contratou uma empresa privada para elaborar o plano, assim as audiências públicas para elaboração do plano foram mantidas no número mínimo exigido

pela legislação e contaram com baixíssima participação, já que não foram divulgadas em nenhum veículo de imprensa, apenas no Diário Oficial do Município.

Por isso algumas entidades como a OAB-Bahia e algumas associações da sociedade civil entraram com uma representação no Ministério Público pedindo que o Plano fosse (re)discutido. Como a prefeitura enviou a proposta à Câmara antes da discussão ser viabilizada o Ministério Público da cidade entrou com uma ação na qual declarou a nulidade do plano e o julgamento do prefeito municipal por improbidade administrativa. O PMD só foi retomado pelo prefeito seguinte que organizou audiências públicas com a presença da sociedade civil, de associações e de ativistas.

Assim, o caso de Salvador é bastante interessante inclusive quando comparado com outros casos de participação na mesma cidade que, pelo menos até 2004, foi a capital brasileira que menos aderiu às novas formas de participação. Este é também interessante pela utilização do desenho institucional de ratificação para impedir um governo conservador de implantar a sua política urbana sem antes negociá-la com a sociedade civil (AVRITZER, 2008, p. 59).

Examinar estes três casos permite entender algumas características dos desenhos institucionais que refletem na participação. Avritzer (2008) conclui que os desenhos “de baixo para cima” como o OP são os mais democratizantes, mas também os mais vulneráveis à vontade da sociedade política. Os desenhos de partilha são mais democratizantes quando a sociedade política se opõe a participação popular e dependem menos da vontade política dos governantes. Já os casos de ratificação são mais efetivos quando há necessidade de sanção por parte do judiciário e do MP para garantir as formas de participação previstas em lei. Em contextos completamente hostis à participação, o desenho mais capaz de reverter o quadro é o de ratificação pública. Dos três tipos de desenhos participativos discutidos por Avritzer apenas este foi capaz de operar em um contexto fortemente anti-participativo.

Assim, Avritzer (2008) pensa em uma tipologia baseada nos desenhos participativos que se organiza em dois eixos: a capacidade de aprofundar práticas democráticas e a capacidade de tornar o desenho efetivo na determinação da política pública em questão. Ele defende, ainda, que “esta tipologia de formas de desenho participativo chama atenção para a importância da variação do contexto na efetividade da participação” (p. 61).

Foi possível constatar, neste subcapítulo, que desde a redemocratização, o Brasil possui práticas participativas nas mais diversas temáticas e com os mais variados desenhos institucionais. Cabe ressaltar, ainda, que estas práticas ocorrem em diversas regiões do Brasil, sendo às vezes regulamentadas por lei, transformando-se em política pública e outras vezes

ficando à mercê da vontade dos governantes. É importante observar, também, que inúmeras são as variáveis que influenciam na participação, o que acaba por tornar imprecisas afirmações sobre a participação que não levem em conta o contexto local.

Percebe-se também que as duas estratégias adotadas pela campanha da candidata Manuela D'Ávila e que buscavam fomentar a participação tinham desenho institucional “de baixo para cima”, ou seja, seguindo o modelo do Orçamento Participativo. Assim, constata-se que para que as ações obtivessem sucesso era necessária a associação entre uma sociedade civil forte e organizada e uma vontade política. Na análise do estudo de caso procurou-se demonstrar se isso ocorreu e de que forma realizou-se.

É importante destacar também que os três desenhos institucionais poderiam ser utilizados para a criação de estratégias que buscassem fomentar a participação em um contexto eleitoral. Uma estratégia que seguiria o modelo de sanção seria expor as propostas ao crivo da população. Já seguindo o modelo de partilha de poder poderiam se organizar fóruns onde a sociedade civil tivesse voz e pudesse elaborar o plano de governo em conjunto com a equipe estratégica do candidato, ou então, realizar um pré-eleição onde seriam escolhidos representantes da sociedade civil que ajudariam na elaboração desses planos. É necessário, então, que a coordenação de campanha leve em consideração o contexto de sociedade na qual a campanha está inserida para escolher qual seria o melhor modelo a se adotar.

1.4 NOVAS FORMAS DE PARTICIPAÇÃO EM UMA SOCIEDADE MEDIATIZADA

Vive-se em uma época de muitas mudanças, que têm ocorrido de uma maneira cada vez mais veloz e perpassando os mais diversos setores da sociedade: do entretenimento à política, passando pela comunicação. O objetivo desta dissertação é entender principalmente as mudanças referentes à comunicação e à política, especialmente no que tange à participação. Entende-se que as mudanças no processo de participação estão profundamente ligadas às questões comunicacionais e políticas.

Assim, as formas de produzir e consumir conteúdo midiático se transformam, em um contexto diretamente ligado ao que tem sido compreendido como midiatização, que implica em transformações no tecido social e em nossa vida cotidiana.

Neste contexto, Sodré (2002) considera que a mídia faz a mediação discursiva entre os diferentes campos sociais e a sociedade como um todo a partir do momento em que o campo midiático recolhe as informações disponibilizadas por outros campos sociais, reelabora esses discursos e os coloca em circulação novamente. Grande parte das representações, hoje,

são mediadas pela mídia. Ainda que se possa filtrar e mediar o que se recebe, através de um repertório próprio, é a mídia que cria o cenário para que as mensagens sejam assimiladas.

O fundamental nisso tudo não são as tecnologias criadas, mas a forma de interagir, socializar e, por que não, de participar, do ser humano, que mudou, transformando a sociedade. A midiatização faz com que o sujeito viva em uma nova ambiência, que segundo Sodré (2002) é o quarto *bios*, ou seja, uma ambiência onde predomina a esfera dos negócios, mas com uma cultura diferente, a “tecnocultura”.

Ainda nessa linha, Hjarvard (2012) entende a mídia como agente de mudança social e cultural. Ele compreende a midiatização como um processo que tem dois lados: a mesma medida que a sociedade tem de se adaptar à mídia, a mídia se integrou as rotinas dos outros campos sociais, já que um grande número de processos institucionais têm sido realizados através dos meios de comunicação. Para o autor, de forma geral, a midiatização implica uma virtualização da interação social.

Neste sentido, embora sem usar o conceito de midiatização, Di Felice (a/c) diz que a construção de um social em rede, com circuitos informativos interativos, faz com que se repensem as formas e as práticas de interações sociais. Dessa forma, a cultura comunicativa que nasce nas redes tende a possibilitar um acesso coletivo e direto, mediado apenas pela técnica e que acaba transformando o elemento técnico da interatividade em um valor social cada vez mais compartilhado.

É neste contexto que surge a proposta da “esfera pública interconectada” (BENKLER, 2006). Essa esfera seria um espaço deliberativo da sociedade civil e que se constituiria em rede, a partir das novas tecnologias de comunicação e informação. Neste sentido, as principais diferenças entre uma economia dominada pelos *mass media* e uma economia informacional em rede são: a arquitetura da rede, que é multidirecional e a diminuição nos custos de emissão capacitando qualquer sujeito de tornar-se um emissor. Segundo o autor, juntas, essas características alteram fundamentalmente a capacidade dos indivíduos que podem ser participantes ativos na esfera pública, atuando em conjunto com outros.

A esfera pública interconectada se configura como um conjunto de práticas informais utilizadas pelas pessoas para debater questões de interesse público, as quais só podem ser resolvidas se contarem com a ação coletiva.

A esfera pública interconectada não é feita de ferramentas, mas das práticas de produção social que as ferramentas possibilitam. O efeito primário da internet na esfera pública em sociedades liberais recai na produção informacional e cultural de

atores de fora do mercado: o trabalho de indivíduos sozinhos e em cooperação com outros, ou de associações mais formais como ONGs, bem como o retorno do seu efeito sobre a mídia tradicional (BENKLER, 2006, p. 219).¹⁹

Em suma, a esfera pública interconectada é um espaço muito mais democrático²⁰, já que permite o acesso de um número cada vez maior de pessoas - que antes eram excluídas - sem que estas precisem estar presentes fisicamente. Neste sentido, cabe ressaltar que como o próprio autor diz, as ferramentas são importantes, mas não são elas que constituem essa esfera.

Para Benkler, o fato de se viver nessa sociedade em rede torna as pessoas menos suscetíveis à publicidade manipuladora e aos *mass media* sobre os quais Habermas (1984) falava em *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. O motivo, segundo ele, é que agora pode-se ter acesso a diferentes fontes de informação, além, é claro, de produzir informação para pôr em circulação.

A observância das últimas eleições e dos mandatos políticos nestes últimos anos dão conta de que os meios digitais possibilitam uma atuação política diferente da proporcionada pelos meios tradicionais. Fenômenos como maior interatividade e baixo custo para utilização contribuem muito para essa nova perspectiva.

Por conta disso muito tem se falado sobre a relação da internet com a participação e, nesse sentido, Gomes (2011, p. 29 e 30) aponta que iniciativas digitais democraticamente relevantes são aquelas que observam pelo menos um destes três aspectos: 1) Fortalecimento da capacidade concorrencial da cidadania, o que pode ocorrer por meio de duas vias 1.a) Aumentar a transparência do Estado e as formas de responsabilização dos agentes políticos e 1.b) Participação e influência civis; 2) Consolidar e reforçar uma sociedade de direitos, isto é, uma comunidade política organizada como Estado de Direito; 3) Promover o aumento da diversidade de agentes, de agências e de agendas na esfera pública e nas instâncias de decisão política e aumentar instrumentos, meios e oportunidades para que minorias políticas estejam representadas nestas. É importante compreender que não é só a ambiência digital que fará com que as pessoas participem, mas que é necessário que exista uma cultura de participação na sociedade.

Ainda neste sentido, é interessante ressaltar que os suportes digitais trazem consigo duas características: acessibilidade e permanência. Acessibilidade significa que outras pessoas podem vir a ler o que alguém escreve. Já a permanência se refere à duração de determinado

¹⁹ Em tradução livre da autora.

²⁰ Há inúmeras controvérsias acerca disso, já que o autor desconsidera, por exemplo, a questão da exclusão digital.

texto escrito. “Tanto a acessibilidade quanto a permanência aumentam quando as pessoas se conectam à internet” (SHIRKY, 2010, p. 34), pois como sabemos, a memória digital é imensa e uma vez que algo está na rede é muito difícil que venha a desaparecer. Já a acessibilidade aumenta porque qualquer indivíduo que possua um computador conectado a internet pode facilmente ter acesso a algo que esteja na rede. Estas duas características estão diretamente ligadas à efetividade da participação.

Mas para ilustrar que a participação não depende apenas da técnica, o autor traz um estudo de Benkler e Nissenbaum (apud SHIRKY, 2010) sobre sistemas que dependem de contribuições voluntárias para operar. No estudo eles dividiram as motivações em dois grupos: sociais e pessoais, sendo que as primeiras só existem quando somos parte de um grupo e as segundas enfocam virtudes pessoais como autonomia e competência.

A conclusão a que chegaram foi que as motivações sociais reforçam as pessoais. As redes de comunicação atuais encorajam a participação em comunidades e o compartilhamento, ambos fornecendo também apoio para desenvolver a autonomia e a competência.

A lógica antiga, a lógica televisiva, tratava os espectadores como pouco mais do que coleções de indivíduos. Seus membros não agregavam qualquer valor real uns aos outros. A lógica da mídia digital, por outro lado, permite que Pessoas Antes Conhecidas Como Espectadoras agreguem valor umas às outras, todos os dias (SHIRKY, 2010, p. 41).

E é por isso, talvez, que as redes tenham papel fundamental no crescimento da participação, já que além de constituírem-se em meio que possibilita a participação também são o motivo, no momento em que os indivíduos optam por ajudar na tentativa de agregar valor ao grupo. Fica claro, mais uma vez, que a importância das tecnologias vai muito além da técnica pura e simplesmente.

As motivações para usar essas ferramentas são antigas e intrínsecas, mas antes ficavam na esfera privada e agora estão se tornando públicas através das redes. Entretanto, não basta ter meios e motivações, é preciso ter oportunidade de participar.

Ainda serão citados alguns autores brasileiros que se propõem a falar de participação na internet. Primeiramente, examinm-se as noções de Maia (2001) sobre esta temática. Para a autora, é inegável que este processo muda junto com a esfera pública. O processo que antes ocorria face a face agora ocorre também por meio da internet.

Um dos aspectos mais interessantes que Maia (2001) traz é que não é preciso operar com a noção fictícia de uma assembleia discutindo frente a frente, numa participação direta,

sobre interesses comuns, mas sim entendendo que, ao menos no nível do discurso as redes têm tornado possível a inclusão de muitas pessoas dispostas a debater.

A autora ainda enfatiza que críticos têm demonstrado que quanto mais aberto e livre o debate, menos possível que se chegue a um entendimento final. Nesse sentido, a internet poderia não ser tão eficaz, já que os debates nestes fóruns normalmente são bastante abertos. A tendência é que venham a emergir diversas opiniões e que não se chegue a um consenso. Entra-se na discussão com um determinado conjunto de opiniões que normalmente será o mesmo com o qual sairemos dela, já que é nos processos entre as conversações que a reflexão ocorre.

Por conta disso, é importante salientar que essas múltiplas esferas públicas citadas por Habermas encontram na internet uma ferramenta para se organizar e se atualizar, fazendo um debate público preliminar dentro do próprio grupo até que se chegue a um consenso para levar à discussão ao grande grupo. Assim, com as possibilidades da rede há mais chance de articulação dos movimentos e correção de argumentos, possibilitando a elaboração de argumentos mais ricos e de auto-correção.

Visto de tal modo, o processo de racionalização do debate, baseado na *prática* da argumentação que acontece na esfera pública, não é tão exigente como imaginado pelos teóricos liberais clássicos. Diferentemente do discurso singular, que tem por objetivo chegar a um consenso para uma decisão obrigatória, num determinado tempo e lugar, e que normalmente exige um alto comprometimento dos participantes, tempo e ativismo político, o ideal presente no discurso prático diz respeito a um processo comunicativo mais reflexivo e disperso, que já acontece, com maior ou menor intensidade, em nossas vidas (MAIA, 2001, p. 11).

Além de Maia, também julga-se pertinente trazer um pouco da visão de Gomes (2005) acerca da participação na internet. Para ele, na internet a comunicação se dá horizontalizada e de mão dupla, propiciando debate e não somente exposição de ideias.

Assim, Gomes (2005) identifica as vantagens e desvantagens da internet separando-as em sete blocos temáticos. Comenta-se a seguir alguns dos blocos temáticos, os quais acredita-se que são mais importantes para este estudo. Discorre-se primeiro sobre as vantagens, que segundo o autor são: I - Superação dos limites de tempo e espaço para a participação política; II - Extensão e qualidade do estoque de informações on-line; III – Comodidade, conforto, conveniência e custo; IV – Facilidade e extensão de acesso; V – Sem filtros nem controles; VI – Interatividade e interação; VII – Oportunidade para vozes minoritárias ou excluídas.

I – Superação dos limites de tempo e espaço para a participação política: com a internet não há mais limites de tempo e espaço para a participação política. As fronteiras temporais e geográficas não existem no mundo virtual possibilitando um diálogo on-line genuíno entre indivíduos que queiram participar, fazendo com que o único empecilho seja a falta de vontade de alguns indivíduos. E não é somente o diálogo que é possibilitado pela internet, mas também a disseminação de informações, a contribuição na produção de leis dentre outros.

II – Extensão e qualidade do estoque de informações on-line: nos meios de comunicação massivos tradicionais os fatos são expostos, mas há uma dificuldade de se armazenar essas informações e assim, de acessá-las e pesquisá-las quando necessário. Ao contrário, a internet armazena todas as informações sem ocupar espaço físico. Não são armazenadas somente as informações geradas na web, mas também as geradas nos meios tradicionais, que através de sites como o YouTube são disponibilizadas na rede, para acesso de quem tiver interesse. Pode-se dizer que nunca antes a participação cidadã esteve tão bem provida de instrumentos e informações. Desta forma, o mais interessante a ser observado neste sentido é que as pessoas podem ir acumulando informações e participando de debates informais. Assim, no momento em que for requerida a participação institucionalizada os indivíduos estarão mais capacitados para participar, pois terão mais informações e alguma experiência em participação.

V – Facilidade e extensão de acesso: se antes a esfera pública era algo limitado ao local geográfico, agora ela pode ser dispersa, já que a rede é capaz de conectar os mais distantes pontos do globo. Além da possibilidade de encurtar distâncias, há também que se levar em conta a velocidade que permite a troca de informações em tempo real e o baixo custo que existe para que isto ocorra. Dessa forma, podemos considerar que a esfera pública digital não seria tão restrita como a esfera pública burguesa.

VI – Oportunidade para vozes minoritárias ou excluídas: uma das características que poderia ser destacada como das mais importantes na ambiência digital é o fato de ela dar oportunidade para vozes minoritárias ou excluídas. Pelo fato de ser bastante veloz e de custo relativamente baixo se for comparada aos meios de comunicação tradicionais como a televisão, a internet oferece possibilidades para que grupos minoritários e com poucos recursos se manifestem e se tornem também produtores de conteúdo e não meros espectadores sujeitos à lógica midiática.

Após citar e explicar algumas das vantagens apresentadas por Gomes (2005), fala-se sobre as desvantagens e restrições apontadas pelos críticos e retomadas por Gomes em sua

sistematização. Elas também foram agrupadas pelo autor em sete blocos temáticos e são: I – Informação política qualificada; II – Desigualdade de acesso; III - Cultura política; IV – Os meios de massa continuam predominando; V – O sistema político continua fechado; VI – Liberdade e controle; VII – O panóptico e a ciberameaça. Comenta-se a seguir as que são consideradas mais pertinentes para este estudo.

I – Informação política qualificada? Não há dúvida sobre a quantidade de informação disponível na rede, mas sim sobre a qualidade dessa informação. Essa questão é crucial para o debate sobre as interferências da internet na construção da nossa democracia. Há diversos tipos de informação disponíveis na rede. Há a informação dos grandes veículos massivos que agora operam também na rede, informação produzida por instituições e organismos da sociedade civil, do Estado e também por agentes do campo político. Dizem os críticos que o cidadão comum não poderá distinguir entre tanta informação a que é realmente relevante e possui credibilidade. Assim, por mais que a tecnologia ofereça possibilidade de acessar uma gama de informações qualificada e extensa, nossas sociedades ainda não parecem preparadas para usufruir delas da melhor maneira.

II – Desigualdade de acesso: um dos conceitos chaves para qualquer democracia é inclusão. Para ser autêntica a democracia deve pressupor paridade entre os cidadãos. Dessa forma, deve-se buscar igualdade de oportunidades e de recursos para que possa haver participação política dos cidadãos comuns. Porém, sabe-se que nenhuma sociedade conseguiu possibilitar acesso igualitário aos meios digitais. Quanto mais desigual é um país mais difícil fica de possibilitar esse acesso e dessa forma garantir a democratização da política por meio da internet. Algumas políticas públicas como o Programa Nacional de Banda Larga²¹ têm agido no sentido de diminuir esse déficit, mas ainda é pouco diante do grande número de excluídos digitais que nosso país possui. Essa desigualdade de acesso poderia ser comparada, se se pensar no primeiro modelo de esfera pública, aos que não eram considerados cidadãos e por isso ficavam excluídos do debate. O mesmo vale para os excluídos digitais. De alguma forma, sem acesso a rede, eles acabam não sendo cidadãos aptos a participar do debate que ocorre na ambiência digital. É uma nova forma de segregação.

²¹ O Programa Nacional de Banda Larga foi criado em maio de 2012 pelo Decreto nº 7.175 e tem o objetivo de expandir a infraestrutura e os serviços de telecomunicações, promovendo o acesso pela população e buscando as melhores condições de preço, cobertura e qualidade. A meta do programa é que até 2014 40 milhões de domicílios brasileiros tenham acesso à banda larga com velocidade de no mínimo 1 Mbps. O Programa contempla uma série de ações, dentre as quais destacam-se: desoneração tributária para estímulo ao investimento em redes; ampliação do acesso à banda larga por meio de terminais e serviços e; revisão do marco legal de implantação de infraestrutura de telecomunicações. Com informações de <http://www.mc.gov.br/aco-es-e-programas/programa-nacional-de-banda-larga-pnbl>. Acesso em: 23/11/2013.

III – Cultura política: como já falado anteriormente, não basta que existam meios, motivos e oportunidades para participar. É necessário que as pessoas desejem participar, ou seja, que exista uma cultura política que tenda a participação. Desta forma, a internet pode ser considerada um perigo no sentido de que podemos nos acomodar ao imaginar que a rede por si só garante a participação, quando na verdade sabemos que isso não ocorre.

VI – Liberdade e controle: este pilar também está no bloco das vantagens. O que muda aqui é o ponto de vista sobre essas questões. A liberdade, pressuposto fundamental e básico de uma democracia, nesse ponto pode ser vista como algo negativo já que a falta de controle no território da internet faz com que se publiquem muitas informações falsas, criminosas, ofensivas e até desrespeitosas à dignidade humana dos indivíduos. Aqui também entra a questão do anonimato. Mesmo que haja possibilidade de investigação elas ainda são demoradas e fazem com que os indivíduos sintam-se protegidos para agir dessa maneira e não serem punidos. Desta forma, o debate que ocorreria nesta esfera pública digital às vezes não seria baseado em argumentos racionais e nem em pressupostos totalmente éticos, como desejava Habermas.

V – O sistema político continua fechado: embora saibamos que hoje é mais fácil contatar os agentes da instância política, isso não faz com que ela automaticamente se abra para aceitar a participação dos agentes da instância cidadã. Por isso é necessário continuar encontrando variadas maneiras de lutar pela abertura deste sistema, tornando-o mais participativo e não se contentando apenas com as facilidades da internet.

O apanhado teórico sobre participação e internet que realizamos neste item nos permitiu entender, primeiramente, que a estrutura da rede por si só não é capaz de modificar a participação ou de implementar um novo modelo de democracia, embora saibamos que esta arquitetura em rede propicia mais possibilidades de participação. No entanto, mais importante do que isto é institucionalizar aparatos participativos que sejam permanentes e não ocasionais, contribuindo assim para criar uma cultura de participação.

Entende-se ainda que este é um debate amplo e que ainda merece ser ampliado. Acredita-se que é importante seguir problematizando estas temáticas para que se avance rumo a um modelo de democracia mais participativo, principalmente considerando as possibilidades oferecidas pela rede. Cabe aos usuários procurar fazer uso das TIC's da melhor maneira possível, buscando democratizar a política e fazer com que espaços informais se constituam em esferas públicas.

2 PARTICIPAÇÃO EM CAMPANHAS ELEITORAIS

O segundo capítulo desta dissertação tem como objetivo ampliar a discussão acerca da participação em contexto eleitoral. Para tanto se subdivide em três subcapítulos.

O primeiro é intitulado “Instância cidadã, instância política e instância midiática: as relações estratégicas nas campanhas eleitorais” e procura trazer um breve histórico da relação entre os campos da comunicação e da política, além de compreender o dispositivo do discurso político (CHARAUDEAU, 2008) e entender como se relacionam estrategicamente as instâncias política, cidadã e midiática (CHARAUDEAU, 2008) em uma campanha eleitoral.

O subcapítulo 2.2 “Campanhas eleitorais e participação: da era dos meios de comunicação de massa à sociedade midiaticizada” continua abordando o contexto eleitoral, mas a ênfase agora está em estratégias eleitorais que tenham buscado promover a participação. Procuramos também traçar um breve percurso histórico da questão das campanhas eleitorais e compreender em que medida a participação estava inserida em cada período abordado. Consideramos que é importante examinar com precisão este viés da participação em contexto eleitoral tendo em vista que as ações estudadas neste trabalho ocorreram na campanha eleitoral da candidata Manuela D’ávila à prefeitura de Porto Alegre em 2012.

Para finalizar, o subcapítulo 2.3, intitulado “O papel das estratégias comunicacionais na participação política” trata da importância das estratégias comunicacionais no fomento à participação. Assim, examinaremos as noções de estratégia segundo Pérez (2008), Baldissera (2001) e De Certeau (2008), com foco neste último autor, buscando entender o que é tática e o que é estratégia para ele e como se comportam os agentes da instância política e da instância cidadã (CHARAUDEAU, 2008) nesse processo.

2.1 INSTÂNCIA CIDADÃ, INSTÂNCIA POLÍTICA E INSTÂNCIA MIDIÁTICA: AS RELAÇÕES ESTRATÉGICAS NAS CAMPANHAS ELEITORAIS

A relação entre comunicação e política existe há muito tempo, mesmo quando as facilidades de comunicar não eram tantas e a relação não era tão aparente ou tão bem aceita por seus agentes. A política é um campo estabelecido e legitimado desde os tempos mais antigos, sendo estudada e teorizada por diversos pesquisadores dos mais variados ramos de atuação: filosofia, ciência política, sociologia, dentre outros. Já a comunicação demorou para ser reconhecida como um campo que merecesse ser estudado. Muito desse reconhecimento

tem a ver com as novas possibilidades tecnológicas, já que os grandes estudos de teorias da comunicação começaram com a invenção dos meios de comunicação de massa. Como será discutido neste item, também foi a partir do advento destes meios que as relações entre os campos se modificaram e se dinamizaram e que diversas transformações ocorreram na política, principalmente no período eleitoral.

Para um maior aprofundamento sobre essas questões, utiliza-se Gomes (2004) para situar um breve histórico dos estudos sobre Comunicação e Política. Segundo o autor, estudos de comunicação e política são relativamente novos. A primeira fase destes ocorreu entre as décadas de 20 e 70 do século XX, demonstrando que durante esse longo período houve pouca evolução nos estudos dessa temática. Estudava-se os fenômenos da política nos quais se podia verificar uma presença importante da comunicação. Um bom exemplo disso são os estudos sobre o voto e sobre a propaganda. Os meios de comunicação eram vistos somente como intermediários entre os pólos que realmente interessavam – política e sociedade. A comunicação era vista como um instrumento que era usado pelos políticos e pelos governos para produzir determinados efeitos.

Pode-se dizer, relacionando os períodos e teorias, que era uma visão simplista da comunicação, bastante semelhante ao que Eco (1970) descrevia como a visão que os apocalípticos tinham dos integrados. Para eles, tudo que era novo era imposto pela indústria cultural e, necessariamente, ruim; enquanto os integrados gostavam de tudo que era produzido, sem o menor critério ou senso crítico. À época, esse paradigma contribuiu muito com a classificação de cada posição. De um lado estavam os teóricos críticos da Escola de Frankfurt (Adorno e Horkheimer) e do outro lado estavam os teóricos da mídia (Innis e McLuhan).

A segunda fase dos estudos começou antes mesmo de a primeira terminar. Nos anos 60 já não se estudava somente os efeitos dos meios de comunicação nos fatos políticos, mas sim as duas grandezas institucionais: comunicação e política. O reconhecimento do crescente papel ocupado pelos meios de comunicação nas sociedades modernas, os autores marxistas e o interesse crescente na ideologia fez com que no final dos anos 60 houvesse uma explosão de estudos sobre o campo comunicacional. É nessa época que a relação entre comunicação e política começa a assumir uma centralidade nos estudos, começando-se a discutir, então, a mídia como sendo o Quarto Poder – colocando-se ao lado do Legislativo, Executivo e Judiciário.

A autonomia crescente da indústria da comunicação e da indústria cultural que lhe estava associada, se ainda não levava a uma crise da perspectiva instrumental dos “meios” de massa, pelo menos obrigava a pensar a comunicação como uma unidade institucional. Mas ainda são os anos da incerteza sobre a natureza da comunicação implicada na relação com a política, isto é, da dúvida sobre se afinal se tratava de comunicação de massa, de comunicação humana em geral ou de ambas (GOMES, 2004, p. 19).

Afinal, o que eram de fato os campos da comunicação e da política? Que conhecimentos esses campos abrangiam? Havia alguma relação entre eles? Se sim, quais eram essas relações? Essas eram algumas das perguntas que os estudos realizados a partir da segunda fase buscavam responder.

Para entender a terceira fase é necessário situar o contexto no qual vivemos hoje, um contexto de sociedade midiaticizada. A mídia não só reflete questões do espaço público, mas também é um espaço público no qual se produzem, mediam e veiculam sentidos do contexto social.

Hoje existem mais possibilidades de comunicação direta entre os políticos e o público em geral, o que facilita também a participação, além, é claro, da criação de espaços que tem como objetivo serem mais participativos.

Compreende-se, então, que, apesar de serem campos distintos, a comunicação e a política se perpassam durante todo tempo. Há a necessidade de haver comunicação entre os atores dos dois campos para que um possa exercer poder sobre o outro e também persuadi-lo, dois dos pressupostos básicos da política.

Considera-se importante problematizar esta relação aqui, pois as campanhas eleitorais, especialmente as mais recentes, pautam boa parte de suas estratégias na mídia. Portanto, para entender como se dá esta interação traremos o conceito de campo (BOURDIEU, 1983) e o dispositivo do discurso político de Chauradeau (2008) que pretende explicar a relação estratégica entre as instâncias política, midiática e cidadã. O conceito do autor também é pertinente para o estudo de campanhas eleitorais e de participação política a medida em que trata das lutas travadas pelas instâncias no interior do dispositivo, já que cada instância busca, estrategicamente, influenciar a outra para atingir seu objetivo.

Assim, pode-se pensar em campo como um ambiente formado por diversos componentes, todos estes singulares, porém interligados de alguma forma. Dentro de um campo existem trocas simbólicas, interações, culturas e até mesmo vontades distintas, mas uma força rege este, possibilitando a intersecção dessas diferentes áreas. Bourdieu conceituou campo da seguinte forma:

campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar este campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias (BOURDIEU, 1983, p. 122).

Como força, presencia-se nos campos diversas disputas, relações e até mesmo desigualdades, que desempenham a função de manutenção dos mesmos. Pode-se perceber isso também na relação dos campos comunicacional e político, onde existem forças e áreas disputando um mesmo espaço através de concorrência. As áreas expostas, na verdade, coexistem, tendo em vista que uma é parte da outra. O processo de comunicar é intrínseco à atividade política desde sempre. Hoje, a atividade de comunicar também é intrínseca à atividade e ao processo político.

Nesta configuração - a qual pode-se chamar de sociedade midiaticizada - todas as instâncias da vida humana, até mesmo as que deveriam ser privadas, estão imersas nos processos midiáticos e os referidos campos estão constantemente se agendando. É nesse contexto que os discursos dos dois campos assumem papel de grande importância.

É nas trocas simbólicas entre dois campos que surgem os discursos. O discurso político surge nas trocas entre os campos da comunicação e da política. Os significados e resultados produzidos por esse discurso se modificam de acordo com o contexto, em uma complexa disputa, na qual se envolvem as três instâncias do dispositivo: política, cidadã e midiática. Estes campos estão sempre interagindo, mas é no período eleitoral que eles são mais acionados, especialmente porque é nas eleições – e mais especificamente após o início do horário eleitoral gratuito - que cresce o interesse do cidadão comum pela política, como bem explica Aldé (2011).

Assim, a partir do pensamento de Charaudeau (2008) e de Gomes (2004), o discurso político é um macrodispositivo que possui variantes, tais como os comícios, declarações televisivas e discursos na tribuna do Parlamento. São essas variantes que sofrerão diferentes apropriações nas instâncias acima citadas e que sofreram profundas modificações ao longo da história, atingindo um padrão bastante profissionalizado nos dias de hoje. É das transformações aqui abordadas que surgem as campanhas eleitorais modernas e consequências como a crise do modelo de democracia representativa, como abordamos no capítulo anterior. Mas é também a partir destas transformações que se tem buscado superar a crise e encontrar soluções que levem à adoção de um modelo mais democrático.

Para entender o discurso político, como qualquer outro discurso, é necessário conhecer as pessoas que discursam, mas também conhecer as instâncias nas quais esse discurso é produzido, re-significado e reproduzido. Como explica Charaudeau (2008), conhecer as instâncias evita que cometamos erros extremos, como reduzir as explicações dos fatos apenas à personalidade psicológica e social dos atores que o produzem, e, também, o erro de se interessar apenas pelas ideias veiculadas pelos discursos sem levar em conta a natureza das instâncias do dispositivo. É preciso apoiar-se nestas explicações, pois entender este pensamento é fundamental para compreender o decorrer deste trabalho, que se fundamenta fortemente na teoria do dispositivo do discurso político de Charaudeau (2008).

A primeira das instâncias que fazem parte do dispositivo e que será explicada aqui é a instância política e a instância adversária. Nesta instância, os atores têm o poder de decisão e de ação, bem como poder de manipulação. Aqui, os atores estão sempre em busca de legitimidade para poder ascender a esse lugar e nele permanecer, através de autoridade e credibilidade.

Portanto, o discurso da instância política pode apenas se dedicar a *propor* programas políticos quando se trata de candidatar-se aos sufrágios eleitorais, a *justificar* decisões ou ações para defender sua legitimidade, a *criticar* as ideias dos partidos adversários para melhor reforçar sua posição e a *conclamar* o consenso social para obter apoio dos cidadãos, tudo com a ajuda de diversas estratégias de persuasão e sedução (CHARAUDEAU, 2008, p. 56).

Esta instância é composta de um centro e vários satélites. O centro é constituído por representantes do Estado, dos governos, parlamentos, ou seja, por atores que possuam um cargo junto às instituições representativas.

Segundo o modelo proposto por Charaudeau (2008), os satélites são compostos de três círculos distintos. O primeiro, com mais proximidade do centro, é composto pelos partidos políticos. São eles que ajudam a alimentar o debate político. O segundo círculo é composto pelas entidades que dependem do poder político em virtude do processo de nomeação para as chefias de diversos órgãos. O terceiro círculo, mais distante do centro, é composto pelos organismos supranacionais, internacionais e não-governamentais, pois possuem relação de dependência, mas ao mesmo tempo de autonomia, visto que suas ações e atividades dependem, muitas vezes, das decisões tomadas pelo governo, porém, estão sempre buscando interferir nas decisões governamentais.

A instância adversária encontra-se neste mesmo lugar de governança, já que é movida pelas mesmas motivações. A única diferença da instância política é que esta é

oposição ao governo, não possuindo governança no poder executivo ao qual faz oposição. Porém, também representa uma parcela da população, e por isso, tem que produzir sistematicamente um discurso que critique o governo vigente, criando laços de lealdade com a parcela da população que representa. Em período eleitoral estas instâncias continuam estabelecidas uma vez que determinado partido busca continuar no poder enquanto outros se apresentam como alternativa ao poder vigente.

A segunda instância que faz parte do dispositivo é a instância cidadã. Nesta instância, a opinião se forma fora do governo. Esta possui um poder evidente, por via indireta, já que os atores buscam um saber para poder julgar as ações dos governos e escolher a quem apoiar ou criticar e assim questionar a legitimidade e credibilidade dos que ocupam a instância política. As pesquisas mostram que os índices de aprovação dos governos aumentam à medida que os interesses coletivos são satisfeitos pelos governantes.

Em período eleitoral o poder desta instância cresce, visto que o eleitor tem o poder do voto que poderá manter um partido ou conduzir outro ao poder, já que no modelo de democracia representativa em que vivemos são os atores dessa instância, os cidadãos, que definem quais serão os atores que participarão do círculo central da primeira instância, a política.

Ela produz discursos de *reivindicação*, quando se trata de protestar contra determinadas medidas (ou omissões) políticas; de *interpelação*, quando se trata de exigir explicações ou atos; e também de *sanção*, quando se trata de eleger ou reeleger representantes do povo (CHARAUDEAU, 2008, p. 58).

Essa instância é fragmentada pela diversidade de comunidades e percepções que cada grupo tem das outras instâncias. Na conjuntura que vivemos hoje, os movimentos sociais se unem, apoiando-se em lutas semelhantes e agregando peso às suas manifestações.

O relacionamento entre estas duas instâncias – política e cidadã – está quase que totalmente perpassado pela instância midiática, pois como já enfatizamos anteriormente vivemos em uma sociedade midiaticizada. Percebemos que os políticos procuram cada vez mais encontrar maneiras de dialogar com a instância cidadã sem que seja necessária a mediação da mídia hegemônica, mas sem abrir mão dos espaços tradicionais em televisão e rádio, por exemplo. Inclusive, muitas vezes os partidos optam por coligações questionáveis em troca de alguns segundos a mais na televisão. Por isso é necessário agir cada vez mais estrategicamente no que tange a comunicação.

Por fim, aborda-se aqui sobre a instância midiática. Esta instância, bem como a cidadã, também está fora da governança. É aqui que ocorre o processo de mediação entre as outras duas instâncias já citadas. É por meio da mídia que as outras instâncias se unem. Os atores que compõem a instância midiática estão legitimados de antemão, já que ocupam o papel de comunicadores e, na mentalidade do grande público, devem passar informações neutras e imparciais à população. Porém, sabemos que essa visão de mídia imparcial é uma ilusão. O mercado de comunicação hoje está recheado de veículos hegemônicos. Além disso, a internet nos oferta cada vez mais informação, acessível a todos que tiverem acesso a um computador com internet. Nesse contexto, os veículos preocupam-se em atender seus interesses e também em disputar espaço nesse mercado.

“Pode-se dizer que a instância midiática encontra-se em um duplo dispositivo: de *exibição*, que corresponde à sua busca por credibilidade, e de *espetáculo*, que corresponde à sua busca por cooptação” (CHARAUDEAU, 2008, p. 63). Neste trecho, o autor explicita melhor o que buscamos discutir no parágrafo anterior. Para muitos espectadores, somente ter credibilidade não é suficiente, é necessário estar cada vez mais imerso nessa lógica de espetacularizar todos os processos, inclusive os políticos, em uma busca desenfreada por audiência. Nas eleições isso fica claro muitas vezes e talvez o exemplo mais explícito sejam os debates televisionados.

Após essa breve apresentação do dispositivo e das instâncias que o compõem, pode-se falar sobre a relação entre elas. O peso que cada instância possui no dispositivo varia de acordo com o regime político vigente. Mesmo o dispositivo sendo o mesmo, a maneira como suas instâncias influenciarão será diferente conforme o regime.

Em geral, nas sociedades que adotam o modelo de democracia representativa, as instâncias possuem aproximadamente a mesma capacidade de influenciar, tendo em vista que a mídia é livre e não censurada como em regimes ditatoriais, bem como os cidadãos também, nos mais diversos grupos. As três instâncias se pautam e o peso das mesmas varia de acordo com a situação. Em um momento a mídia pode estar no controle da situação, até que um agente político publique outra versão em seu blog, causando uma reviravolta nos fatos, como no caso da invasão que a Revista Veja fez no hotel onde se hospedava o ex-ministro da Casa Civil José Dirceu²² (PT). Como esse caso poder-se-ia citar muitos outros, o que mostra que a

²² José Dirceu é um político brasileiro. Um dos fundadores do Partido dos Trabalhadores, Dirceu já exerceu importantes cargos, como Deputado Federal e Ministro-Chefe da Casa Civil no governo Lula. Na edição de 27 de agosto de 2011 a Revista Veja denunciou que Dirceu mantém um quarto de hotel em Brasília no qual recebe autoridades do governo e figuras importantes como o Presidente da Petrobrás. Por meio de postagem no blog do próprio José Dirceu, descobriu-se que o setor de segurança do hotel registrou boletim de ocorrência por tentativa

balança pode se inverter em qualquer momento em um país que seja regido por um regime democrático.

Exemplo bom de como essa relação se dá é trazido por Aldé, Escobar e Chagas (2007) em artigo que trata da expansão dos blogs políticos, fenômeno que é chamado pelos autores de febre dos blogs políticos. Segundo os autores, a crise política que atravessou e marcou o ano de 2005 – referente ao episódio que ficou amplamente conhecido como Mensalão - foi ambiente propício para a proliferação e visibilidade destes blogs.

No caso brasileiro, foi suficientemente relevante para chamar a atenção e interagir com os outros meios e com os formadores de opinião – cidadãos ávidos, sempre dispostos a buscar novas informações e opiniões e, porque não, poder expressar seus próprios sentimentos e impressões sobre o mundo público da política. Os blogs de política, especialmente os de jornalistas já conhecidos, tornaram-se lugar de discussões e tomada de posição pública (ALDÉ, ESCOBAR, CHAGAS, 2007, p. 29).

Essa blogosfera política faz com que acabe emergindo uma coletividade discursiva que se reúne em torno de uma figura autoral – o blogueiro –, mas que está disposta a atuar em pé de igualdade com outros blogueiros e com leitores que comentam nos blogs.

Diante de todo o exposto, importante mencionar que este processo sem dúvida está se modificando. As relações entre as instâncias já não ocorrem de uma única forma, de uma maneira que possa ser prevista de antemão. Elas são cada vez mais dinâmicas. Sabe-se que embora a mídia, por conta da midiatização, esteja perpassando todas as instâncias, também existem hoje mais possibilidades de participação e de contato direto entre as instâncias. Aparentemente, as fronteiras que as separam estão cada vez mais porosas.

Está claro que o jogo político democrático prevê lutas permanentes na busca de influenciar ou determinar a decisão dos agentes das outras instância. Assim, é necessário que se entenda a instância cidadã não como mera espectadora destas lutas, mas sim como um sujeito de interesses nas lutas democráticas, que precisa se movimentar para não ser ultrapassada por agências que lutam por interesses particulares. Neste mesmo contexto, a instância política se movimenta em busca de votos e de espaço na grande mídia, ao mesmo tempo em que se ocupa de garantir a comunicação por meio de canais próprios, que embora possam ter menos audiência não passam pela mediação de outras instâncias. Já a instância midiática precisa garantir legitimidade e audiência neste novo cenário.

Ressalta-se ainda que assim como a relação entre as instâncias, o modo de fazer campanha mudou muito desde o princípio dos processos eleitorais até os dias de hoje, como mencionado anteriormente. Cada nova tecnologia que surge modifica e reorganiza a sociedade, fazendo com que os diversos campos sociais se adaptem. Falando especificamente de um processo mais recente, a mídiatização também transformou estas práticas eleitorais de maneira profunda. Se antes a ênfase era total nos comícios e no “corpo a corpo”, como a distribuição de panfletos nas portas das indústrias e em locais públicos, hoje existem outras diversas formas de chamar atenção do eleitor, como o horário eleitoral gratuito²³ exibido no rádio e na televisão e os websites de campanha, além de ações organizadas via redes sociais digitais. É evidente que ações que podem ser vistas como convencionais - a exemplo dos comícios - não desaparecem, mas agora dividem espaço com estas outras formas de exposição. É isso que será discutido no próximo subcapítulo, dando ênfase ao aspecto da participação e buscando compreender de que maneira este se modificou nas campanhas ao longo do tempo.

2.2 CAMPANHAS ELEITORAIS E PARTICIPAÇÃO: DA ERA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA À SOCIEDADE MÍDIATIZADA

Muitas são as críticas a respeito de uma despolítica da política que as campanhas eleitorais recentes geram. Critica-se a espetacularização da política e a venda da imagem dos candidatos ao invés da divulgação de suas ideologias e projetos políticos. Indo na contramão destes críticos, Ribeiro (2004) examina atentamente algumas destas transformações e afirma que esta maneira de fazer campanha hoje não pode ser atribuída somente a políticos apolíticos e a marqueteiros oportunistas como bradam os mais críticos, mas sim, a profundas transformações que vem ocorrendo na nossa sociedade. Embora tratando de política de uma maneira mais ampla, Martín-Barbero (2004) também compartilha desta visão quando trata das relações contraditórias entre o desenvolvimento simbólico da tecnologia que ocorreu no último século e o vazio simbólico que sofreu a política nos últimos 50 anos. Segundo ele,

(...) a tecnologia passou de ser tida como um mero instrumento para converter-se em razão, em uma dimensão constitutiva de nossas culturas e de nossas sociedades, enquanto a política sofria o processo inverso, levando à desconfiguração e reconfiguração da razão política (p.2).

²³ Para mais informações sobre o horário eleitoral ver Figueiredo (2007); Figueiredo, Aldé, Dias e Jorge (1998).

Partilha-se do entendimento dos autores e por isso busca-se pensar sob o viés destas transformações, especialmente do fenômeno da midiaticização, propondo-se neste subcapítulo a refletir sobre isto dando ênfase à participação em campanhas eleitorais.

Em tempos mais remotos as campanhas resumiam-se aos comícios e à panfletagem corpo a corpo. Posteriormente, novos meios foram sendo incorporados. Primeiro o rádio e depois a televisão passaram a fazer parte do cotidiano de candidatos e de eleitores e sua importância cresceu sistematicamente até a atualidade. Já depois da invenção dos computadores e da internet, as ferramentas virtuais transformaram-se em importantes instrumentos de exposição de ideias e aumentaram as possibilidades de participação em debates e decisões sobre a coisa pública.

Assim, serão discutidas estas transformações neste subcapítulo, passando de maneira mais breve pelo período pré-internet, por acreditar que com o advento dela as possibilidades de participação que antes eram mais restritas se ampliam e que pela natureza deste estudo o fenômeno merece ser estudado com mais atenção.

Em seu trabalho, Ribeiro (2004) não chega a examinar o efeito do rádio nas eleições, mas busca entender o percurso passado pelas campanhas políticas ele realiza, por meio de outros estudos, um exame acerca do papel da televisão nas campanhas. Ele cita os efeitos da televisão na perda da efetividade dos partidos políticos, como uma forma de buscar compreender, também, como a lógica midiática afeta o campo político, no processo que chamamos de midiaticização.

Os trabalhos de Mancini e Swanson (1996) e Suárez (1998), que são os examinados por Ribeiro (2004), constataam que as funções dos partidos políticos que passaram a ser atribuídas à televisão são: articulação e expressão de interesses; socialização política; fonte de informação política; mobilização popular; recrutamento político; legitimação. Se é inegável que nessas seis funções a televisão ganhou terreno dos partidos políticos, ainda existem duas nas quais os partidos são fundamentais e, pelo menos até aqui e em relação à televisão, insubstituíveis. Estas são: traduzir interesses e demandas da sociedade em políticas públicas exequíveis e implementar o governo representativo, ou seja, representar o cidadão nas arenas institucionais e exercer as funções legislativas e governativas.

Sabe-se que as campanhas modernas não se valem apenas da televisão, mas também de outras formas de comunicar, como o rádio e, mais recentemente, a internet. Ainda a partir de Mancini e Swanson (1996) Ribeiro (2004) se propõe a examinar o que chama de campanhas modernizadas. Estas foram caracterizadas a partir de análise de campanhas eleitorais de onze países. Como o estudo data de 1996 e a internet - embora já fosse usada

inclusive em campanhas políticas desde 1992 conforme aponta Aggio (2010) - ainda não era disseminada como é hoje, a pesquisa não chega a abordar esta questão. Ainda assim é pertinente trazê-lo aqui, já que analisa um momento anterior das campanhas eleitorais.

Segundo Ribeiro (2004), este modelo de campanhas modernas surgiu nos Estados Unidos na primeira metade do século XX e, posteriormente, difundiu-se por vários países, primeiramente os que já tinham uma democracia bem consolidada, e depois os com sistemas políticos instáveis ou recém-democratizados.

O autor ainda elenca as cinco características da campanha eleitoral modernizada, que segundo ele seriam: a) marketing e pesquisas de opinião; b) centralidade dos meios eletrônicos; c) personalização; d) profissionalização dos participantes; e) apelo sedutor e emotivo. Especialmente os itens b) e c) remetem a características da midiáticação, uma vez que a personalização, por exemplo, só é possível a medida em que explora-se a exaustão a imagem de um candidato, deixando de lado, muitas vezes, suas ideias. Quanto à centralidade dos meios eletrônicos, o próprio nome da categoria fala por si só. Confirma-se, neste momento, que cada vez mais o corpo a corpo foi tendo que dividir espaço – e algumas vezes perder espaço - com a televisão. Conforme discutido no primeiro capítulo, estes fatores também são apontados por Manin (a/c) como alguns dos responsáveis pela crise da democracia representativa.

Neste sentido, é importante fazer um contraponto trazendo as afirmações de Aggio, Sampaio e Marques (2013) que lembram que as campanhas realizadas através dos meios tradicionais também tiveram sua importância à medida em que contribuíram significativamente para o incremento da democracia, pois permitiam que um vasto número de cidadãos tivessem acesso à informações preciosas que podiam lhes ajudar a fundamentarem suas escolhas na hora do voto. Ainda que tenham tido esses méritos também é necessário destacar que com evolução da sociedade estes meios de comunicação foram se mostrando insuficientes, especialmente devido a fatores como a excessiva verticalização do fluxo informacional e cobertura nem sempre adequada realizada por estes veículos.

O advento de novos meios como a internet oferece alternativas ao cenário convencional das campanhas e possibilita a superação de problemas como os citados acima, pois já não há mais tanta limitação de tempo e de espaço. Possibilita, ainda, mais participação, mais controle social e mais diálogo entre candidatos e eleitores. Segundo os autores, essas possibilidades não podem ser pensadas apenas como estratégias que resultariam em campanhas de mais sucesso, mas também para o fortalecimento de propriedades cívicas e democráticas nas sociedades contemporâneas.

No entanto, Aggio, Sampaio e Marques (2013) destacam que não se deve pensar somente nas novas possibilidades. Algumas dimensões da corrida eleitoral não são transformadas, o que significa que estratégias que a primeira vista podem parecer ultrapassadas continuam sendo importantes, principalmente em alguns contextos específicos como eleições municipais ou pequenas localidades. Isto ficará claro quando apresentarmos os resultados de nosso estudo de caso, especialmente no que se refere ao Bairro a Bairro. É também por isso que as estratégias de comunicação de uma campanha devem ser formuladas levando em conta diversos fatores, como por exemplo, o eleitorado-alvo e o tipo de cargo em disputa.

Como mencionado anteriormente, são vários os pontos de uma campanha eleitoral que se modificam com o fenômeno da midiatização e o surgimento da internet. Antes de entrar especificamente na questão da participação, acredita-se ser importante mencionar algumas das outras transformações possíveis.

Um destes aspectos é a possibilidade de os usuários também se tornarem produtores de conteúdo. Conforme Aldé e Borges (2004), os jornalistas por serem atores influentes na produção do noticiário são, conseqüentemente, influentes na cultura política. Assim como grande parte da população conectada, eles agora recorrem crescentemente à internet como fonte de informação, o que torna a rede um novo campo de disputa política. Neste sentido, candidatos, partidos e militantes podem se empenhar na produção de informação noticiável, procurando conquistar a atenção da “grande mídia” através da internet e assim ser capaz de ampliar a repercussão de seus discursos.

Os autores afirmam ainda que embora o jornalismo digital já estivesse presente nas eleições brasileiras desde 1998, 2002 foi a primeira campanha em que a internet desempenhou um papel político relevante, sendo usada estrategicamente pelos candidatos para provocar notícias – e ataques - em tempo real. Estes acabaram sendo amplificados pela mídia hegemônica, como não seriam em outros cenários.

O papel desempenhado pela cobertura online no processo eleitoral pode também ser atribuído à maturidade e sofisticação dos meios de comunicação digital no Brasil, assim como à difusão e penetração crescente da internet entre os brasileiros. Os jornais digitais mostraram autonomia em relação às suas versões impressas. Os candidatos, por sua vez, souberam se aproveitar essa tendência, usando seus sites de campanha como um instrumento eficiente para provocar notícias nos jornais online. Em suas homepages de campanha, Lula, José Serra, Ciro Gomes e Garotinho dispuseram todo tipo de informação, fazendo da rede um importante referência não apenas para eleitores, mas também para a imprensa (ALDÉ; BORGES, 2004, p. 3).

Conforme Aldé e Borges (2004), como o contexto era de alta competição, diferente da eleição de 1998, a garantia de espaço favorável nos meios de comunicação tornou-se ainda mais importante para os candidatos. “Nesse sentido, a internet foi usada de forma criativa pelos estrategistas de campanha com um meio de estabelecer uma agenda de notícias e de expandir os limites da informação publicada na rede para outros veículos, especialmente os meios noticiosos” (ALDÉ e BORGES, 2004, p. 6). Os recursos que se viam usados nas páginas dos candidatos na ocasião da eleição de 2002 eram, por exemplo, a publicação de *jingles* de ataque, acusações e críticas a outros candidatos, além de repercutir notícias de outros veículos, impressos ou digitais. Já a instância midiática, por sua vez, recorria às páginas de candidatos como fonte de informação. Ou seja, neste cenário as três instâncias do dispositivo podem sair beneficiadas desde que utilizem de maneira estratégica a internet.

Ainda segundo os autores, neste momento, então, a internet ganhou espaço como uma mídia estrategicamente relevante. Ela ampliou o público-alvo e reduziu custos de campanha ao mesmo tempo que permitiu que candidatos evitassem o confronto direto com a justiça eleitoral, já que os ataques passaram a ocorrer especialmente na internet e a justiça eleitoral era mais rigorosa no acompanhamento de outras mídias, como o rádio e a televisão.

Neste momento, pelo menos no Brasil, outras potencialidades da internet ainda não eram tão exploradas. Uma possível explicação para isso segundo Aggio, Sampaio e Marques (2013) é a legislação eleitoral brasileira que até 2009 só permitia manifestações de candidatos e suas equipes nos sites oficiais das campanhas. Mesmo as redes sociais eram vetadas, o que limitava de maneira excessiva as possibilidades de inovações nas campanhas. Dois acontecimentos que contribuíram para modificar esse cenário foram a bem sucedida campanha on-line de Obama para presidente dos Estados Unidos em 2008 e a modificação da lei eleitoral em 2009. Passou-se então a permitir campanhas eleitorais por redes sociais, websites diversos, sites de compartilhamento de conteúdo como YouTube e Flickr, por exemplo, e até mensagens de celular. Somado a isso tem o crescimento do acesso à internet no Brasil que também contribui para a importância da utilização da internet de maneira mais efetiva nas eleições. Os autores citam a pesquisa CETIC que indica que em 2006 apenas 14,5% dos domicílios brasileiros tinham computador e acesso a internet. Em 2012 este índice já estava em 27%.

Em outros países como os Estados Unidos, estas potencialidades já vinham sendo usadas há mais tempo, mesmo que ainda não de maneira ideal ou massiva. Stromer-Galley (2013) diz que quando alguém avalia o modo como a internet está sendo usada nas campanhas políticas fica evidente que é de maneira similar à utilização que fazem dos meios de

comunicação de massa, ou seja, como uma ferramenta de comunicação de caráter unidirecional. O grande questionamento que surge e que é trazido pela própria autora, então, é o porquê disso. Por que as campanhas não vêm utilizando a internet de forma mais democrática e possibilitando que os cidadãos discutam entre si e com as elites políticas questões de interesse público?

Stromer-Galley (2013) realizou um levantamento nos websites dos candidatos a presidente dos Estados Unidos na eleição de 1996 e em sites de 10 candidatos a governos estaduais americanos no pleito de 1998 e descobriu que grande parte dos sites utilizam o que ela define por interatividade mediática²⁴ ao invés de optar pela interação humana, ainda que existissem alguns poucos exemplos deste segundo tipo como o que a autora denomina de quadros eletrônicos. Estes são uma ferramenta que permite que os eleitores publiquem mensagem para que outros leiam e respondam gerando debates, ou seja, interação humana.

De forma geral, a autora descobriu que os canais para interação humana são pouco utilizados em campanhas eleitorais por pelo menos três razões: são onerosos para as campanhas; fazem com que os candidatos corram o risco de perder o controle de seus ambientes de comunicação e; deixam de preservar a ambiguidade de seus discursos. São onerosos porque necessitam de uma equipe grande para dar conta da demanda de respostas e de moderação que pode surgir a partir de uma iniciativa dessas; pode-se perder o controle de seu ambiente comunicacional porque ao não realizar nenhuma espécie de moderação alguns podem acabar ofendidos e se afastar do site, mas se a moderação for excessiva podem ser acusados de censura, além é claro de arriscar-se a ver a mídia tradicional usando algum discurso postado no site como se fosse um posicionamento oficial do candidato; e, por fim, a ambiguidade é perdida porque em um contexto assim não é mais possível adotar um discurso ambíguo sem ser questionado, ou então discursar de uma maneira diferente para cada indivíduo sem correr o risco de ser taxado de mentiroso. Segundo Stromer-Galey (2013), estes seriam os principais motivos para campanhas tão cautelosas na internet.

Já conforme Aggio²⁵ (2011b), estudos americanos mais recentes apontam para duas funções distintas, porém complementares, que a internet teria cumprido no que tange ao engajamento e a mobilização: a) serviu como plataforma de comunicação e organização de eleitores e destes com as campanhas, fazendo com que a mobilização na internet se transformasse em participação em eventos e ações presenciais; b) inaugurou formas de engajamento e mobilização circunscritas aos ambientes online, resultando em produção e/ou

²⁴ Para mais informações sobre o conceito ver Stromer-Galley (2013).

²⁵ Para mais informações ver Aggio (2011b).

partilha de informações e conteúdos relativos às campanhas em blogs e redes sociais digitais. No Brasil a primeira iniciativa neste sentido foi, conforme Aggio (2010), o Pelotão Serra²⁶ realizado em 2002 na campanha do candidato à presidência José Serra. Ainda segundo Aggio (2011a), os casos mais emblemáticos de uso da internet em campanhas políticas remontam ao uso de websites para angariar doações e para mobilizar atividades que projetavam candidatos e partidos.

Neste sentido, Aggio (2011a) aponta que existem quatro questões-chave a saber quando estudamos campanhas online. Estas seriam: a) o fornecimento de informações não mediadas pelos *media* noticiosos; b) a paridade na disputa entre campanhas de pequeno e grande porte; c) a interatividade e d) o ativismo. Como o próprio autor faz no capítulo do livro que examinamos aqui, não nos ateremos aos aspectos a) e b), pois eles não estão diretamente ligados a questão da participação e já foram expostos anteriormente.

Por interatividade em campanhas o autor entende: “a possibilidade de construção de ambientes digitais que possibilitem a interação entre eleitores e, eventualmente, entre estes e candidatos” (AGGIO, 2011a, p. 179).

Ainda segundo o autor, a interatividade proporciona uma maior aproximação dos eleitores com a campanha ao possibilitar esta troca e compartilhamento de mensagens e de conteúdo, produzindo um sentimento de pertença e gerando uma fidelização do eleitor com este candidato.

O autor parte de outros estudos para dizer que as campanhas *online* poderiam oferecer interação²⁷ e participação a partir do oferecimento de canais de participação, que seriam: e-mails; salas de bate-papo; quadros eletrônicos para publicação de mensagens; sondagens de opinião.

Segundo Stromer-Galley (apud AGGIO, 2011a), a interatividade seria o diferencial nas campanhas online, pois possibilitaria a construção de uma campanha em moldes colaborativos e levando em conta as sugestões dos eleitores. Seria algo como construir uma campanha contando com a participação de todos que tivessem interesse.

A outra questão-chave acerca dos estudos sobre campanhas *online* a ser examinada aqui é a do ativismo. Segundo Aggio (2011a, p. 186), a qualidade do ativismo quando estudada a luz das campanhas *Online* tem sido atribuída a “práticas coletivas ou individuais de mobilização dos cidadãos eleitores em prol de uma candidatura”.

²⁶ Para mais informações ver Aggio (2010).

²⁷ Não é o objetivo deste estudo diferenciar interação de interatividade. Assim, os termos estão sendo usados como sinônimos.

O autor diz que, no que tange ao ativismo, as campanhas *online* podem potencializar a organização de atividades presenciais, que são, pelo menos ainda, fundamentais em qualquer candidatura. Além disso, esse ativismo também possibilita uma atuação individual, digital, e que ocorra sem a necessidade de um coletivo. É pertinente trazer este conceito para o estudo ainda que não de forma tão aprofundada porque estratégias de ativismo podem ser adotadas pelos cidadãos ao construir um plano de governo colaborativo.

Como se pode ver, estas duas variáveis se modificam completamente com o advento da internet, transformando também a maneira de fazer campanhas a medida que vão sendo incorporadas pelos candidatos.

Entretanto, o principal aspecto que a internet deveria modificar nas campanhas eleitorais parece que tem passado despercebido, tanto pelos estratégicos que pensam as campanhas, quanto pelos pesquisadores que as estudam. Aggio (2011b) traz este aspecto a partir de Stromer-Galley (2000).

Para Stromer-Galley, a real contribuição democrática das campanhas online não estaria apenas na possibilidade de oferecer informações qualificadas e relevantes, fazer doações ou estimular militantes, mas sim criar iniciativas que permitam aos cidadãos eleitores contribuir para a construção de um projeto político colaborativo (AGGIO, 2011b, p. 3).

O autor usa duas nomenclaturas para diferenciar o eleitor que milita por uma campanha do eleitor que ajuda na construção deste projeto político colaborativo. Segundo ele, este último seria o “eleitor interventor”, enquanto aquele primeiro era o “eleitor mobilizado”, ou seja, aquele que milita de formas diversas promovendo a visibilidade das campanhas e o convencimento de outros eleitores. Este eleitor aproxima-se muito da ideia de ativismo em campanhas que explicamos anteriormente.

Com esta nova perspectiva, entende-se que “mais do que unidades operacionais de militância nas campanhas, os eleitores podem assumir o papel de colaboradores efetivos na construção de um projeto político de uma candidatura pela qual se identificam e se interessam” (AGGIO, 2011b, p.3).

O autor destaca que para que iniciativas como essa funcionem é necessário que dois fatores atuem juntos. O primeiro refere-se às razões pelas quais os cidadãos se aproximam de uma campanha, e diz respeito às afinidades ideológicas e às causas e projetos que este eleitor defende. Uma vez que esta aproximação e a identificação ideológica aconteçam, a participação na construção de planos de governo colaborativo dependerá do interesse e da disposição dos cidadãos, o que Aggio (2011b) considera o segundo fator necessário para que

iniciativas participativas em campanhas funcionem. Considera-se importante mencionar aqui, embora seja abordada mais profundamente esta questão na análise do estudo de caso, que essa perspectiva se aplica ao Site #NovasIdeiasPOA, mas não ao Bairro a Bairro, especialmente pelas diferenças estruturais de cada estratégia e também pelo público que cada ação atinge.

Conforme já falado anteriormente, Aggio (2011b) afirma que iniciativas como estas têm passado despercebidas pelos partidos políticos e estrategistas das campanhas. Foi somente nas eleições presidenciais de 2010 que foram vistas iniciativas assim no Brasil. Os candidatos José Serra (PSDB) e Marina Silva (PV) tinham seus fóruns de discussão vinculados aos sites oficiais. Iasulaitis (2013) examina estas ferramentas. Considera-se pertinente trazer os apontamentos da autora já que estas estratégias se assemelham ao #NovasIdeiasPOA, website colaborativo que analisaremos nesta dissertação. Embora os sites tenham a mesma proposta é necessário mencionar as diferenças estruturais dos portais. Enquanto o #NovasIdeiasPOA possibilitava a participação em três temas bem amplos, o Proposta Serra e o site de Marina Silva propunham fóruns específicos e com temáticas bem definidas. Ainda cabe ressaltar que o site da campanha de Manuela não possibilitava interação e debate, ao contrário dos outros, que tinham este caráter bem presente.

Iasulaitis (2013) examina os portais e chega a resultados diferentes sobre os dois, o que mostra que a estratégia escolhida no emprego da ferramenta e o contexto influenciam na participação alcançada. Ambos os fóruns eram divididos por eixos temáticos. O de Serra teve 8311 mensagens enquanto o da candidata do PV teve 980. Em ambos a autora selecionou para análise o fórum com o maior número de mensagens e o com maior participação dos integrantes da campanha. As principais diferenças estruturais entre os dois fóruns estavam na questão da moderação e no código de conduta. Enquanto o de Marina não tinha um código de conduta o de Serra tinha. Já sobre a questão da moderação, o de Serra era pós-moderado e o de Marina moderado *a priori*.

Quanto às possibilidades deliberativas, a análise da autora aponta que o sistema de moderação adotado no site de Marina Silva fez com que as discussões tivessem um nível de respeito mais alto do que o de Serra, mesmo que o segundo tivesse um código de conduta. Isso se deve principalmente ao fato da própria equipe de Serra ter desrespeitado esse código de conduta ao liberar postagens ofensivas. O resultado é que enquanto no site de Marina 82% das mensagens destinavam-se a debater as propostas de governo, no do candidato do PSDB somente 13% das postagens tinham esse objetivo.

O mais interessante a ser observado sobre estas iniciativas é o fato de que as candidaturas gradativamente estão inserindo ferramentas interativas em suas campanhas e que

a estratégia escolhida pode diminuir os riscos desde que aplicada de forma adequada. Já se adotada de maneira equivocada pode acabar sendo como o Proposta Serra que foi um fórum de aclamação ao candidato, ataque aos outros candidatos e reforço das suas posições para indivíduos que já eram seus eleitores. Ou seja, o objetivo neste caso não foi cumprido.

Pode-se dizer, então, que

A interatividade²⁸ nas Campanhas *Online*, então, está imersa numa questão mais ampla de sentidos e práticas da cultura política, que abarca não apenas as características dos cidadãos, mas, também, os valores e as práticas do sistema político. A participação, enquanto requisito para atingir níveis satisfatórios segundo alguns modelos de democracia, deve ser pensada de uma forma ampla, abarcando a dimensão eleitoral que está abrigando uma nova modalidade de produção de campanhas que, a princípio, pode requisitar ou fomentar exigências de participação que vinculem os indivíduos a práticas políticas e a sentimento de pertença à vida política de uma cidade, estado ou país (AGGIO, 2011b, p. 186).

Como já enfatizado anteriormente nesta dissertação, a internet oferta possibilidades de participação que antes não existiam, pelo menos não com a facilidade com que ela se apresenta hoje. Entretanto, sozinha, a internet não pode ampliar a participação, pois como será visto em nossa análise, o Bairro a Bairro é uma estratégia que foi empregada e que não tem nenhuma relação com a internet, mas ainda assim proporcionou a inclusão de pessoas que antes eram excluídas. Essas pessoas continuariam excluídas se as estratégias da campanha fossem inteiramente focadas no ambiente digital, pois elas não têm, em sua maioria, condições de acesso.

O que ocorre é que novas práticas participativas surgem a partir da rede, contrariando aquela lógica do período anterior, onde os meios de comunicação de massa operavam em uma estrutura de um para muitos e ainda era possível falar em emissor e receptor. “A grande diferença entre a televisão, o rádio e a Internet, então, estaria na forma de interação e de participação que a última oferece” (AGGIO, 2011a, p. 180). São diversas as maneiras que a internet pode impactar nas campanhas políticas, dentre as quais há as questões referentes à modificação da relação entre mídia e “instância política” (CHARAUDEAU, 2008), como já abordado anteriormente, e as questões referentes à mobilização e participação política.

Aggio, Sampaio e Marques (2013) refletem sobre estas questões e afirmam, então, que as peculiaridades presentes na relação entre eleições e internet são diversas e que dependem de dimensões como a cultura política, o contexto – eleitoral e social –, e a inclinação de cada candidato à interação. Deve-se, assim, evitar a ideia de que a internet

²⁸ Entendemos que esta perspectiva não serve apenas para a variável da interatividade, mas para as outras que envolvem participação também, a exemplo do ativismo e da intervenção nos planos de governo.

estabelece uma automática reconfiguração no que se refere, por exemplo, à participação. “Dito de outra maneira, é preciso ressaltar que não se pode atribuir isoladamente à internet e às suas potencialidades a capacidade de promover modificações no comportamento político dos cidadãos u dos candidatos e representantes” (p. 14).

2.3 O PAPEL DAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS NA PROMOÇÃO DA PARTICIPAÇÃO POLÍTICA EM CAMPANHAS ELEITORAIS

A palavra estratégia vem do grego *stratègós* (de *stratos*, "exército", e *ago*, "liderança" ou "comando" tendo significado inicialmente "a arte do general"). À época, a palavra designava o comandante militar. Assim, a noção de estratégia é utilizada há muito tempo, sendo refletida por pensadores como Sun Tzu em *A Arte da Guerra* e Maquiavel em *O Príncipe*. Estes autores observam a estratégia em uma visão político-militar, e enfatizam que conceber uma operação tático-operacional para ter acesso à informação é fundamental, na medida em que as informações são vantagens muito grandes na guerra.

De lá para cá, muita coisa mudou. Atualmente, entretanto, esta é uma das palavras mais utilizadas no mercado de trabalho e também se encontra presente na literatura de diversas áreas de conhecimento. A maior parte dos conceitos é oriunda da área da administração, onde ele é mais comumente empregado. Considera-se que é importante observar que dentre estes inúmeros usos, alguns convergem, embora tenham diferenças entre si, e outros divergem.

Embora, como já dito anteriormente, a maior parte dos conceitos de estratégia sejam oriundos do campo da administração o conceito vem sendo usado pelas mais diversas áreas. Na comunicação, quem primeiro atentou para a necessidade do uso da estratégia foi a área da comunicação organizacional, mas hoje, com a midiatização e a dinamização da sociedade, faz-se cada vez mais necessário pensar a comunicação de maneira estratégica. Por conta disso, o conceito tem sido amplamente usado em pesquisas das mais diversas áreas do campo comunicacional.

Dentre os autores que trabalham com estratégias comunicacionais, foram selecionados Pérez (2008), por que ele traz novas contribuições à teoria, apresentando uma visão diferenciada sobre o assunto. Para entender o pensamento dele, recorreu-se também a Foletto e Maldonado (2010), que explicam de maneira didática alguns dos principais aspectos apontados pelo autor. Além disso, optou-se por apresentar os pensamentos de Baldissera (2001), por ser um autor bastante trabalhado quando o assunto é estratégias comunicacionais

aplicadas especialmente à comunicação organizacional. No entanto, é nos estudos de De Certeau (2008) que se encontram as principais contribuições acerca de estratégias para esta dissertação.

Pérez (2008) estuda as estratégias da comunicação a partir de diversos paradigmas, como o lógico-analítico, o da complexidade humana e o relacional e a partir deles busca seu entendimento próprio para o conceito.

É fundamental compreender como o autor pensa a comunicação antes de entender o que ele considera estratégia comunicacional. Por isso, é pertinente entender a visão relacional que o autor possui do processo comunicacional. Assim, Foletto e Maldonado (2010, p. 4) explicam que

González²⁹ (2008) observa a comunicação como um processo de mútua ação de influência e poder entre seres humanos, tratando-se de uma interação simbólica, e devido ao seu poder de criação e co-participação de valores (poder axiológico e cultura), apresenta reflexos na vida social e nas organizações.

Portanto, segundo o autor, quando se fala em estratégias de comunicação, fala-se sobre um jogo estratégico no qual intervêm ao menos dois atores sociais, que são chamados de comunicadores ou interlocutores. Em um pensamento semelhante, pode-se dizer que se trata do emissor e do receptor, sendo que estes ocupariam papéis dinâmicos, atuando tanto como emissores quanto como receptores, dependendo do momento. No cenário em que se vive hoje, este pensamento faz ainda mais sentido, já que com o advento de tecnologias de comunicação modernas é praticamente impossível alocar emissor e receptor em papéis estanques, já que este último assume as mais variadas funções.

Como em todo jogo, os participantes estão em busca de alcançar um objetivo. Como diz Baldissera (2001, p. 4) “o ponto de partida para atingir uma boa estratégia é a correta, clara e precisa definição do objeto maior a ser atingido que, neste caso, é o excelente retorno do investimento a longo prazo”. Ao buscar cumprir o objetivo o jogador, enquanto emissor, precisa estar ciente de que há outros jogadores participando do jogo. Estes outros jogadores também podem influenciar o resultado, por isso quando for tomar decisões comunicativas o emissor precisa ter ciência também da percepção dos outros jogadores. Como se pode perceber, a informação ainda é um critério estratégico muito forte, como na época em que estratégia era entendida apenas atrelada às questões da guerra, já que como na origem do

²⁹ Rafael Alberto Pérez González. Optamos por utilizar Pérez para citações por ser o padrão mais utilizado, mas também pode ser identificado por González como fazem os autores.

conceito, ela possibilita algumas previsões, o que não deve ser entendido aplicado apenas às questões do exército, mas também às organizacionais e inúmeras outras.

Pérez (2008) destaca que além destes outros jogadores existem fatores que também influenciam a partida, como os antecedentes, o público, os recursos, o cenário e, principalmente, o contexto, de maneira que é extremamente importante levar em conta os fatores dinâmicos, as tendências econômicas, políticas, sociais e tecnológicas do contexto.

Quando o autor afirma isto, volta a aparecer o caráter relacional que a comunicação assume para ele, já que fica evidente que é nas relações entre estes fatores que o processo se dá, e é levando em conta todas essas variáveis que a comunicação deve ser pensada para poder ser considerada estratégica segundo Pérez.

Pérez (2008) ainda afirma que a comunicação, não é uma partida única, mas sim como uma sucessão de partidas, algo como um campeonato. A estratégia seria, então, o conjunto de decisões e métodos adotados visando um objetivo.

Mas então, o que difere as estratégias comunicacionais das demais? Pode-se dizer que é o fato de que na comunicação se utilizam símbolos, fazendo com que a interação seja, muitas vezes, simbólica, o que a faz capaz de compartilhar valores.

Segundo Baldissera (2001), as estratégias comunicacionais dizem respeito, então, ao modo como emissores e receptores dispõem e constroem efeitos de sentido na cadeia de comunicação. Cabe lembrar aqui, novamente, que esse processo é dinâmico e não estaque, já que os papéis se modificam o tempo todo. O indivíduo quando ocupa uma posição de produtor, por exemplo, utiliza esses símbolos de uma maneira que pode ser completamente diferente da maneira como ele entende estes sentidos enquanto ocupa o lugar de receptor.

Cabe lembrar ainda que o autor enfatiza que os sentidos são sempre construídos por sujeitos que possuem um repertório, e os sentidos estarão permeados por este repertório. Assim, é extremamente importante antever o pensamento do outro para agir de maneira estratégica, já que cada pessoa é única e é impossível prever uma reação sempre igual a determinado fato, visto que os envolvidos no processo são indivíduos diferentes. Muitas vezes uma estratégia pode ter se mostrado adequada em um caso e em outro caso pode não dar certo, visto que lida-se com pessoas diferentes que não apresentarão a mesma resposta.

Bastante semelhante com o pensamento de Pérez (2008) sobre a comunicação ser um processo relacional, Baldissera (2010) afirma que para haver comunicação é necessário que haja um encontro e um entendimento, em qualquer grau que seja. Para que esse entendimento ocorra existem regras socioculturalmente convencionadas e prescritivas que devem necessariamente ser seguidas na tentativa de um entendimento. Nesse sentido, o pensamento

deve ser estratégico na medida em que procuram direcionar a significação do outro interagente para que ele acabe cedendo na busca pelo consenso. A estratégia comunicacional é também um processo de persuasão e convencimento.

Para Baldissera (2001), uma boa estratégia não se resume a coletar informações. Ela implica em escolher e potencializar aspectos que diferenciem a organização³⁰ das demais. O mais importante é ter um jeito particular de ver e fazer, que experimente a comunicação de uma forma única, fazendo com que o foco seja localizar uma maneira especial de agregar valor real a uma marca.

Nessa perspectiva, pode-se dizer que para pensar a comunicação estratégica é preciso ser agressivo e, ao mesmo tempo, sensível para perceber, absorver e compreender, em diferentes graus, velocidades e conformidades, os aspectos do entorno e as singularidades dos públicos, necessárias ao processo. O domínio destas informações assegura a compreensão de como competir e a melhor maneira de fazê-lo (BALDISSERA, 2001, p. 6 -7).

Como é possível compreender a partir deste breve apanhado acerca do conceito de estratégias os pensamentos de Pérez (2008) e Baldissera (2001) se assemelham bastante, já que ambos pressupõem a comunicação como um processo relacional e a enfatizam a necessidade de um planejamento, mas sempre prestando atenção aos outros atores participantes e ao contexto no qual a organização está inserida.

Além deste aspecto mais conceitual acerca do que é estratégia comunicacional, acreditamos ser necessário encontrar um entendimento que pudesse dar conta das nossas indagações, portanto buscamos algumas respostas em De Certeau (2008), embora o autor não seja da área da comunicação, mas sim da história e da filosofia. Retomaremos então Josgrilberg (2002) que faz a aproximação do pensamento do autor com o campo da comunicação ao incorporar as noções de De Certeau para estudar as estratégias comunicacionais.

O principal aspecto do pensamento de De Certeau (2008), e que interessa-nos particularmente, é o contraponto que ele faz entre táticas e estratégias, mas sem esquecer as dinâmicas sociais. Segundo ele, as táticas seriam procedimentos calculados que usam as referências de um lugar próprio e que transformariam esse lugar em espaços dinâmicos. Em contraponto, as estratégias seriam os procedimentos que controlam o lugar.

Chamo de *estratégia* o cálculo ou a manipulação das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder (uma empresa,

³⁰O autor fala em organização, mas a perspectiva pode se estender para instituições, partidos etc.

um exército, uma cidade, uma instituição científica) pode ser isolado. A estratégia postula um *lugar* suscetível de ser circunscrito como *algo próprio* e ser a base de onde se podem gerir as relações com *uma exterioridade* de alvos ou ameaças (os clientes ou os concorrentes, os inimigos, o campo em torno da cidade, os objetivos e objetos da pesquisa etc.) (DE CERTEAU, 2008, p. 99).

O aspecto relacional que aparece em Baldissera (2001) e Pérez (2008) também é observado por De Certeau (2008), embora com algumas diferenciações dos autores anteriormente citados. Para De Certeau (2008) a estratégia é justamente o fato de isolar este sujeito de poder para então pensá-lo. No entanto, esse isolamento apenas significa que se observará este em suas mais diversas particularidades e detalhes para depois poder observá-lo em suas relações com o ambiente.

Já as táticas ocorrem no lugar do outro, neste lugar que é controlado por estratégias – porque estes sujeitos de poder controlam a sociedade –, mas não são provenientes dos agentes hegemônicos, mas sim dos que buscam lutar contra a hegemonia.

No entanto, cabe ressaltar ainda que ao perceber o êxito destas táticas, muitas vezes os agentes do campo hegemônico acabarão reapropriando-as. Eles passarão a usá-las com o objetivo de controlar o ambiente, e isto fará com que elas acabem se transformando em estratégias.

Josgrilberg (2002, p. 20), ao tentar explicar as noções de De Certeau (2008) aplicadas ao campo da comunicação ressalta que “ao serem recapturados por discursos hegemônicos, movimentos táticos não cessam sua atividade produtiva e criativa”, pelo contrário, eles passam a questionar estes movimentos e a buscar outro “lugar do possível”³¹ para encontrar uma brecha nas estratégias e através de suas táticas dinamizarem novamente os lugares e as relações. Poder-se-ia entender, então, de uma maneira simples, que as táticas dinamizam o lugar enquanto as estratégias o controlam.

É com base nesse pensamento que De Certeau (2008, p.101) afirma que “a tática é a arte do fraco”, ou seja, a tática está sempre à espreita esperando o momento certo para agir e é determinada pela ausência de poder. Já as estratégias, por meio do postulado de poder que possuem, procuram elaborar lugares onde estas forças se distribuem. É importante pensar este objeto a partir desta perspectiva, já que a proposta aqui é analisar as estratégias empreendidas pela campanha da candidata Manuela D’Ávila e a participação alcançada. Pode-se dizer que as ações propostas pela campanha são estratégias a partir da perspectiva de De Certeau (2008), e que as maneiras como os indivíduos se organizam para participar são táticas, pois

³¹ Por lugares do possível entendemos, conforme (LEFEBVRE apud SERPA, 2011) as lacunas que surgem entre as estruturas consolidadas pelos mais diversos meios e seus subsistemas.

são executados pelo ‘lado fraco’ da relação existente, ainda que seja necessário mencionar que em um contexto eleitoral o cidadão tem bastante poder, já que é ele que vota para eleger seus representantes. No entanto, quem poderá se inserir na política institucional é a candidata, por isso ela possui mais poder neste cenário analisado. Estes aspectos serão retomados na análise do estudo de caso proposto nessa dissertação.

Mais do que pensar em um conceito fechado de estratégia, De Certeau (2008) procura entender como as estratégias e as táticas se fazem presente na nossa sociedade. Ele se propõe a pensar um modelo que dê conta da dinamicidade das relações e das práticas as quais a sociedade está imersa atualmente, onde nada é estanque, mas tudo se modifica com relativa velocidade.

Por isso, especialmente no campo da comunicação onde as tecnologias têm modificado os processos cada vez mais e mais rapidamente é que compreendemos que é este entendimento que serve bem ao campo da comunicação. A midiática da sociedade também faz com que este conceito seja pertinente, já que a mídia atua enquanto matriz em nossa sociedade, perpassando todos os campos. O advento de tecnologias cada vez mais modernas e baratas e de redes sociais digitais faz com que, como já explicado anteriormente, as fronteiras entre as instâncias da produção e da recepção fiquem cada vez mais tênues.

Partindo então deste referencial sobre estratégias comunicacionais, entendem-se as três ações analisadas como estratégias de comunicação, por que além de buscar angariar votos elas objetivavam alcançar uma maior participação popular na construção do plano de governo da candidata. A partir disto, buscar-se-á compreender a relação entre as estratégias adotadas.

Considera-se ainda que para nessa discussão é importante entender a relação entre lugar e mídia, onde os sujeitos empregam táticas ou estratégias próprias com vistas a acionar determinados recursos. No caso desta dissertação procura-se entender como o Bairro a Bairro e o Site #NovasIdeiasPOA estão inseridos nesta perspectiva.

Segundo a perspectiva de Serpa (2011), entende-se lugar não como sinônimo de local, mas como um conceito que incorpora este sentido de localização, porém é mais abrangente. O lugar é produzido pelo conjunto da ação e do discurso e a relação deles com os meios empregados. Ele é sempre processual e articula diferentes espaços de comunicação.

Com todo o avanço que os meios de comunicação têm obtido através dos tempos é natural que se transformem também as relações sociais. Hoje, com a existência da internet e da comunicação em rede, pode-se dizer também que as estruturas hierárquicas não são mais, necessariamente, aquelas antigas e que pareciam naturalizadas. Hoje há mais espaço para a subversão dessas estruturas.

Então, buscar-se-á entender aqui, primeiramente, como esta relação é capaz de subverter, no espaço-temporal específico, as estratégias hegemônicas que usualmente são empregadas. É necessário entender em que medida esta é uma prática contra-hegemônica e que pode ser entendida como um espaço de subversão, como uma estratégia que não é usualmente empreendida.

E esse lugar é enunciado a partir da ação e do discurso que acabam por fabricar novos lugares em diversos espaços distintos que se encarregam de criar ou reproduzir discursos e novas ideias de cultura, fazendo emergir então uma esfera pública renovada.

Além disso, interessa observar as táticas e as estratégias que são empregadas pelos grupos participantes das ações para que possam exercer o que Bourdieu (2012) chama de poder simbólico. Para o autor, esse poder é invisível e só pode ser exercido com a cumplicidade dos que não sabem que estão sujeitos a esse poder ou que o exercem. Diz o autor, então, que este é um poder quase mágico e que permite obter o equivalente daquilo que é obtido por meio de uso de força, porém sem essa necessidade, basta que ele seja reconhecido.

O poder não é exercido só por meio da força e nem só por meio da comunicação, mas sim pelo poder simbólico que englobaria estas duas instâncias, segundo Bourdieu (2012).

O poder simbólico, poder subordinado, é uma forma transformada, quer dizer, irreconhecível, transfigurada e legitimada, das outras formas de poder: só se pode passar para além da alternativa dos modelos energéticos que descrevem as relações sociais como relações de força e dos modelos cibernéticos que fazem delas relações de comunicação [...] (BOURDIEU, 2012, p. 15).

Compreendendo isso cabe dizer que para o autor o erro interacionista³² estava em reduzir as relações de força a relações de comunicação, quando na verdade as relações de comunicação são, sempre e de modo inseparável relações de poder que dependem do poder material ou simbólico acumulado pelos interagentes envolvidos.

O poder político seria uma forma de poder simbólico, pois é firmado na crença e no reconhecimento. Os representantes políticos são democraticamente escolhidos e a eles é delegado o poder de representar a toda a população brasileira.

Ao falar também do relacionamento entre as instâncias política, midiática e cidadã pode-se perceber que em diversos momentos uma delas exerce poder simbólico sobre a outra. Saber, por exemplo, que a mídia ocupa um importante papel frente ao público pode fazer com

³² Escola interacionista de Chicago, cujos principais expoentes foram Mead e Blumer.

que tanto um político quanto um cidadão denotem a ele este poder, visto que ambos podem ganhar visibilidade através dela.

Este poder político pode ser entendido também como capital político. Para Bourdieu (2012) este capital político pode ser de dois tipos: capital pessoal ou capital delegado. Capital pessoal é aquele que nasce e desaparece com a pessoa, embora, às vezes, possa deixar alguma herança. Detentores deste tipo de capital possuem notoriedade e popularidade reconhecidas na sua pessoa, no seu nome e na sua reputação. Frequentemente, este capital demora para ser acumulado e advém de outros domínios, como por exemplo, artistas ou atletas que ingressam na política.

Ao contrário do capital pessoal que desaparece com a pessoa, o capital delegado da autoridade política é produto da transferência delimitada e provisória de um capital que é detido pela instituição, por exemplo, os partidos políticos. Esta perspectiva também serve para observar grupos organizados da sociedade.

Quando se fala em estratégias hegemônicas ou subversivas é necessário ter em mente que para Bourdieu (2012) as ideologias são sempre duplamente determinadas, ou seja, devem suas características mais específicas não só aos interesses de classe (como determina a função da sociodiceia), mas também aos interesses específicos daqueles que a produzem e que agem de acordo com a lógica do campo de produção no qual está inserido.

Cabe dizer aqui que se acredita que as estratégias empregadas pela campanha da candidata englobavam estes dois aspectos da ideologia. Os interesses de classe estavam presentes nos diversos grupos que participavam das ações, pois como ficará claro na análise apresentada a seguir, especialmente no Bairro a Bairro, os indivíduos tinham como objetivo conseguir recursos e melhorar a vida nas comunidades em que viviam. Já os interesses do campo de produção também existiam e provavelmente se referiam, principalmente, a garantir uma boa imagem para a candidata. É importante observar que este segundo interesse também se fez presente no Site #NovasIdeiasPOA e de uma maneira diferente da que se pensava ao começar a pesquisa. Cabe ressaltar ainda que em uma eleição o objetivo final é, invariavelmente, conseguir o maior número possível de votos e que não se despreza este ponto ao analisar o estudo de caso.

Entende-se também que essa ação criadora abre possibilidades de interpretação da política a partir dos processos apropriativos que os participantes fazem destes instrumentos de participação. Estes lugares enunciados passam a ser, então, “lugares do possível” (LEFEBVRE apud SERPA, 2011).

Se há uma lacuna no que tange à participação política seria natural então que os grupos buscassem, entre essas lacunas, os “lugares do possível”. E é isso que algumas iniciativas como as que serão estudadas pretendem, subvertendo as estratégias hegemônicas e conclamando a população a participar da construção do programa de governo da candidata por diferentes meios.

Entende-se, de acordo com Bourdieu (2012), que toda ação política deve ter como fundamento a busca de não naturalizar os mecanismos que produzem e reproduzem a separação entre os agentes politicamente ativos e os politicamente passivos. É necessário entender o campo político como um campo de forças e lutas que tem em vista transformar essa relação de forças que confere a este campo a sua estrutura.

O que faz com que a vida política possa ser descrita na lógica da oferta e da procura é a desigual distribuição dos instrumentos de produção de uma representação do mundo social explicitamente formulada: o campo político é o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de <<consumidores>>, devem escolher, com probabilidades de mal-entendido tanto maiores quanto mais afastados estão do lugar de produção (BOURDIEU, 2012, p. 164).

Ainda conforme os pressupostos de Bourdieu, fica claro que os meios de produção políticos encontram-se concentrados nas mãos de profissionais que só conseguem acessar com algum sucesso esta posição se tiverem posse de uma competência específica. Seria o que o autor chama de *habitus* político. Para alcançar este lugar é necessário saber debater; ter domínio da linguagem e da retórica; saber porta-se frente às câmeras e, além disso, possuir saberes específicos sobre o campo.

Embora a linguagem muitas vezes seja inacessível à maioria das pessoas, é principalmente a complexidade das relações que se estabelecem no campo político e a necessidade desse *habitus* político que faz com que a instância cidadã acabe se afastando da política.

Seria então como dizer que a instância política faz uma espécie de censura ao limitar o espaço do discurso político aos agentes da instância política e não a todos os interessados, que seriam, em tese, toda a sociedade. Por conta dessa censura é que determinados grupos buscam outras formas de participar do jogo político. Aqui fica explícito, novamente, que estes grupos estão se apropriando dos “lugares do possível”.

Cabe ressaltar que hoje, mais importante do que conseguir articular o próprio campo internamente, é necessário mobilizar agentes de fora do campo. O poder de um determinado

campo depende menos de sua força intrínseca e mais da sua capacidade de mobilização, ou seja, de conseguir ser reconhecido por um grupo e exprimir neste grupo seus interesses.

É também atento a isso que hoje a instância política percebe, cada vez mais, a necessidade de dar espaço para essa participação. Possibilitando a participação ela procura mobilizar agentes de outro campo já que entende que isso é uma demanda da sociedade e que é necessário atendê-la podendo se reverter em benefícios para as duas partes no futuro.

São esses “lugares do possível” e estas iniciativas da instância política que ajudam a renovar a esfera pública, possibilitando o surgimento de novas táticas e estratégias, como em um ciclo que se retroalimenta. É possível dizer isso à medida que se entende que a renovação da esfera pública também possibilita a renovação das estratégias e novas estratégias tendem a renovar a esfera pública.

Grande parte dos espaços hoje estão fortemente integrados com a técnica; no entanto, é necessário escaparmos das armadilhas postas para não sermos tecnicistas. Precisa-se enfatizar que é necessário pensar a técnica de maneira criativa para que ela sirva aos interesses contra-hegemônicos e não seja apenas mais uma peça a serviço dos meios hegemônicos. São os “lugares do possível” que abrem espaço para que essa reflexão ocorra.

Vistos assim, os lugares da cidade contemporânea se consolidariam como “obras” enunciadas e comunicadas, que poderiam/deveriam ser consideradas nas reflexões sobre “e-governos” e participação política via meios de comunicação. E-governos que possam garantir não só acesso físico à técnica, mas também seu uso criativo e democrático, já que é desejável que a participação via mídia não tenha apenas caráter consultivo ou plebiscitário (SERPA, 2011, p. 178-179).

A questão que fica para discussão, então, é: estas mudanças estão dando vazão a uma transformação da esfera pública para um modelo mais acessível e participativo? A análise deste estudo de caso se propõe a responder esta e outras questões levantadas a partir do referencial teórico apresentado nos dois primeiros capítulos.

3 ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS UTILIZADAS NA CAMPANHA DA CANDIDATA MANUELA D'ÁVILA

Finalizada a revisão bibliográfica e a apresentação das noções que norteiam este estudo, o capítulo final desta dissertação dedica-se à análise de duas estratégias empreendidas pela campanha da candidata Manuela D'Ávila à prefeitura de Porto Alegre em 2012, que tinham como objetivo promover a participação política.

Espera-se que a partir do tensionamento entre a teoria apresentada nos dois primeiros capítulos e os resultados da pesquisa empírica seja possível responder ao questionamento que embasou este trabalho: Em que medida e de que modo as estratégias comunicacionais empregadas na campanha da candidata a prefeita Manuela D'Ávila possibilitaram a participação política?

Para isso, em um primeiro momento, explica-se o caminho metodológico percorrido e justifica-se a opção pela adoção do estudo de caso (Yin, 2001). Por fim, apresentam-se os resultados da análise realizada a partir das evidências coletadas e tencionam-se estes apontamentos com o referencial teórico abordado anteriormente.

3.1 A ESCOLHA METODOLÓGICA: ESTUDO DE CASO

Optou-se pela realização de um estudo de caso por acreditar que é o método – ou estratégia, conforme Yin (2001) - de pesquisa que contempla melhor o problema e os objetivos deste trabalho, além de possibilitar a análise de todas as evidências coletadas.

Um estudo de caso para Yin (2001, p. 32) “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Ou seja, opta-se por este método quando o foco do estudo se encontra em fenômenos contemporâneos que merecem ser analisados sob a luz de algum contexto da vida real e cujos comportamentos não podem ser manipulados.

O autor enfatiza ainda que é a estratégia mais adequada para responder questões “como?” e “por quê?” e também quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos – caso da pesquisa *ex-post facto*, uma particularidade deste estudo. Segundo Gil (2006) a pesquisa *ex-post facto*, trata de estudar um fenômeno ocorrido no passado, cujas variáveis independentes não podem ser manipuladas e chegam para análise do pesquisador como estavam.

Para exemplificar o tratado no parágrafo anterior, recorre-se a Yin (2001) que diz que o estudo de caso é bastante utilizado nas áreas da psicologia, sociologia, ciência política, administração e até mesmo na economia, e que em todas essas áreas o uso do estudo de caso se deve ao fato da necessidade e o de desejo de compreender fenômenos sociais complexos.

Como bem lembra Duarte (2007a), na revisão que faz acerca do método, existem muitas críticas ao estudo de caso. Ela aponta como as principais uma alegada falta de rigor científico no método, uma possível demora no emprego do método, além da preocupação de que com o fato de o estudo de caso fornecer pouca base para se fazer uma generalização científica.

No entanto, em defesa do método há também que se destacar que “os estudos de caso, da mesma forma que os experimentos, são generalizáveis a proposições teóricas, e não a populações ou universos” (Yin, 2001, p. 29). Ou seja, o objetivo do pesquisador é fazer uma generalização analítica – que se refere a teorias – e não uma generalização estatística – que se refere a frequências – e, portanto, não representa uma amostragem, o que invalidaria a crítica deste aspecto.

Segundo Yin (2001), há no mínimo cinco aplicações relevantes para estudos de caso: a) explicar os vínculos em intervenções da vida real que são complexos demais para serem explicados por meio de experimentos ou levantamentos; b) descrever uma situação e o contexto da vida real em que ela ocorre; c) ilustrar determinados tópicos dentro de uma avaliação, de modo descritivo ou mesmo com uma perspectiva jornalística; d) explorar situações nas quais a intervenção avaliada não apresenta um conjunto simples e claro de resultados; e) servir com uma meta-avaliação, ou seja, fazer um estudo de caso para avaliar o estudo de caso original.

Nesta pesquisa, a estratégia do estudo de caso será empregada de acordo com as aplicações a e b, ou seja, buscando explicar e descrever uma situação complexa e o contexto da vida real em que ela ocorre. Acredita-se que a unidade-caso escolhida proporciona, por meio das unidades incorporadas de análise, compreender as especificidades da participação convencional e da participação ocorrida através da internet, contribuindo assim para as discussões sobre participação nesta sociedade midiaticizada em que se vive.

Ainda segundo Yin (2001), estudos de caso podem ser de quatro tipos: a) projetos de caso único (holísticos); b) projetos de caso único (incorporados); c) projetos de casos múltiplos (holísticos); d) projetos de casos múltiplos (incorporados). O autor explica que mesmo um projeto estudando um caso único ele pode apresentar múltiplas unidades de análise

e exemplifica a questão dizendo que seria o caso de estudar um programa de governo e também os resultados de projetos individuais que fizessem parte deste programa.

A partir desta perspectiva compreende-se que este estudo de caso trata-se de um projeto de caso único (incorporado). A unidade-caso analisada é a campanha de Manuela D'Ávila a prefeitura de Porto Alegre em 2012 e as unidades incorporadas de análise são o Bairro a Bairro e o Site Novas Ideias POA, duas estratégias da campanha que tinham por objetivo fomentar a participação dos indivíduos na construção do plano de governo da candidata.

O processo de coleta de dados no estudo de caso é mais complexo do que em outros métodos de pesquisa, dada a necessidade de utilizar sempre mais de uma técnica para obtenção destes. Segundo Gil (2006), este é um princípio básico que não pode ser descartado quando se quer garantir a qualidade dos resultados obtidos, pois estes devem vir da convergência ou da divergência das informações encontradas nas análises provenientes destes diferentes procedimentos. Deve-se utilizar, portanto, a triangulação de métodos, o que combinar técnicas de pesquisa para a compreensão dos fenômenos sociais com vistas a revelar as múltiplas facetas de um fenômeno.

Para Yin (2001), as evidências podem vir de seis fontes distintas: documentos; entrevistas; observação direta; observação participante, registros em arquivo e artefatos físicos. No caso desta pesquisa utilizam-se as quatro primeiras citadas pelo autor e mais a observação encoberta e não participativa (JOHNSON, 2010), devido à especificidade da coleta de materiais no ambiente online.

Conforme Yin (2001), a documentação é importante para corroborar as evidências vindas de outras fontes, fornecer dados específicos que podem se perder na linguagem oral e levantar inferências que podem ter passado despercebidas à primeira vista, mas que merecem ser investigadas mais a fundo. É importante ter em mente, também, que os documentos devem ser utilizados com cautela e não devem ser considerados um registro literal ou uma descoberta definitiva, já que foram elaborados com algum objetivo, para um público específico e por pessoas que também tem seus pontos de vista e vivências. Nesta dissertação, os documentos analisados serão notícias, o blog do Bairro a Bairro e os registros do site #NovasIdeiasPOA.

Yin considera que “Uma das mais importantes fontes de informação para um estudo de caso são as entrevistas” (2001, p.112). Como em geral os estudos de caso tratam de questões humanas, as entrevistas são uma fonte essencial de evidências, pois permitem não só entender o que e como aconteceu, mas também compreender o que os indivíduos acham do que aconteceu.

Utiliza-se, então, como técnica de coleta de dados o modelo de entrevistas em profundidade (DUARTE, 2007b). Segundo o autor, a entrevista em profundidade é uma técnica qualitativa que tem por objetivo explorar um assunto a partir de informações, percepções e experiências de informantes selecionados por deter informações que se deseja conhecer. Conforme Duarte (2007b, p. 63) “as perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer perspectivas”. Por meio das entrevistas objetiva-se conseguir elementos para compreender uma situação. Por serem flexíveis e dinâmicas, as entrevistas servem para apreender uma realidade bem como para descrever processos complexos nos quais o entrevistado está ou esteve envolvido. Dito isto, fica claro que as entrevistas em profundidade adéquam-se à estratégia do estudo de caso, já que ele também se baseia nestes pressupostos.

As entrevistas em profundidade podem ser de vários tipos: abertas; semi-abertas e fechadas. Optamos por realizar entrevistas do tipo semi-abertas, ou seja, com perguntas semi-estruturadas e baseadas em um roteiro. Conforme Duarte (2007b) as questões desse modelo se originam do problema de pesquisa e para tratar da amplitude do tema apresentam cada uma das perguntas de forma mais aberta possível. Cada questão deve ser aprofundada a partir da resposta do entrevistado, onde perguntas gerais vão se afinando cada vez mais e dando origem a específicas.

A terceira fonte de evidências utilizada é a observação direta. Destaca-se desde já que esta técnica foi usada apenas para o Bairro a Bairro e que não foi acompanhado o processo quando estava em curso. Ou seja, a observação foi realizada posteriormente em comunidades que haviam sido visitadas quando a estratégia foi empreendida e tinha por objetivo compreender, a partir de comportamentos e de condições ambientais relevantes, de que maneira aquele processo participativo impactou esses locais.

Por fim, utiliza-se a observação encoberta e não participativa (JOHNSON, 2010) para coleta de evidências do Site #NovasIdeiasPOA porque corrobora-se com a visão da autora sobre a necessidade da adaptação de métodos tradicionais de coleta de dados quando se trata da pesquisa mediada por computador. Ela afirma que as técnicas de pesquisa precisam ser utilizadas de maneira muito particulares no ambiente online e exemplifica dizendo que em outros contextos boa parte dos pesquisadores começava o trabalho de campo fazendo uma aproximação com os indivíduos envolvidos e revelando sua identidade. Entretanto, na pesquisa mediada por computador, essa prática muda por completo, já que na internet é muito fácil observar sem se identificar e sem pedir permissão.

A partir disso, Johnson (2010) classifica as observações on-line em duas grandes dimensões: 1) o grau no qual o pesquisador participa no ambiente sob investigação; 2) o grau no qual a observação é encoberta. Ela define então quatro categorias de observação para ambientes on-line: a) observação aberta e não participativa; b) observação aberta e participativa; c) observação encoberta e não participativa; e d) observação encoberta e participativa. Optamos por realizar a observação encoberta e não participativa, ou seja, uma situação de observação onde a função do pesquisador é apenas observar e os sujeitos em observação não sabem que estão sendo estudados. A opção se deu porque, conforme a autora, uma das vantagens deste tipo de observação é que este é um método não-reativo, ou seja, os comportamentos dos indivíduos em questão não são afetados pela presença do pesquisador e nem pela sua participação no grupo. Neste caso, devido a questões éticas, tomou-se o cuidado de não identificar os participantes do site que não foram contatados para entrevistas, ou seja, que não sabiam da realização da pesquisa.

Posteriormente os dados coletados serão analisados e apresentados em um relatório que será elaborado com base nas duas estratégias gerais apontadas por Yin (2001), que são: a) baseando-se em proposições teóricas; b) desenvolvendo uma descrição do caso. Optamos pela utilização das duas estratégias em conjunto, pois acreditamos que elas se complementam. Além disso, o principal método de análise é o de adequação ao padrão, que para o autor consiste em comparar o padrão encontrado no estudo empírico com outro de base prognóstica. Se estes padrões coincidirem o estudo reforça sua validade interna.

3.2 O PERCURSO METODOLÓGICO EMPREENDIDO

Conforme Flick (2009, p. 8), as diversas abordagens de pesquisa qualitativa “têm em comum o fato de buscarem esmiuçar a forma como as pessoas constroem o mundo à sua volta, o que estão fazendo ou o que está lhes acontecendo em termos que tenham sentido e que ofereçam uma visão rica”. Por isso é que se optou pela realização de uma pesquisa de natureza qualitativa, dada a necessidade de compreender estes aspectos para atingir os objetivos desta dissertação.

Ainda que tenham pontos em comum, pesquisas qualitativas podem ter diferenciações entre si, o que torna importante esmiuçar melhor alguns aspectos. Segundo as classificações propostas por Gibbs (2009), esta pesquisa tem caráter idiográfico, o que significa dizer que estuda o evento – no caso desta pesquisa a campanha da candidata Manuela D’Ávila à Prefeitura de Porto Alegre em 2012, mais especificamente duas ações que

buscavam a promoção da participação política – como um caso único, enfatizando sua singularidade e sua natureza holística em dado contexto social.

Segundo Gibbs

a ideia de análise sugere algum tipo de transformação. Você começa com alguma coleta de dados qualitativos (muitas vezes, volumosa) e depois os processa por meio de procedimentos analíticos, até que se transformem em uma análise clara, compreensível, criteriosa, confiável e até original (GIBBS, 2009, p. 16).

Portanto, detalha-se a seguir o caminho trilhado para que os dados inicialmente coletados pudessem ser compreendidos de maneira a responder o problema de pesquisa e atingir os objetivos propostos.

Desde o início, quando ainda a ideia era trabalhar com o método das entrevistas em profundidade, também coletaram-se materiais sobre as ações, pois acreditava-se que eles poderiam complementar as entrevistas e ajudar a recriar o panorama da estratégia analisada, considerando principalmente que para Gibbs (2009) a descrição rica é importante em pesquisas qualitativas. Descrever a situação de maneira densa permite ao pesquisador responder a questão: “O que está acontecendo aqui?”. É só a partir disto que será possível dar um passo adiante e buscar explicar o que está ocorrendo. Então, a descrição detalhada contribui para a melhor compreensão e análise do fato estudado.

Para a qualificação do projeto havíamos realizado sete entrevistas em profundidade (DUARTE, 2007b) (1 com a candidata Manuela D’Ávila; 3 com participantes do Bairro a Bairro; 3 com participantes do Site #NovasIdeiasPOA) que posteriormente foram submetidas à análise de conteúdo (BARDIN, 2000; FONSECA JUNIOR, 2007). Diante de alguns questionamentos que não podiam ser respondidos devido à limitação do método proposto para tratar desta questão em específico, a banca de qualificação sugeriu a adoção das entrevistas qualitativas (WEISS, 1994). Assim, foi-se novamente a campo com a proposta de ampliar o corpus analisado e de refazer as entrevistas anteriores seguindo o novo método.

Neste momento começaram a surgir as dificuldades apontadas por Gil (2006), características da pesquisa *ex-post facto*, como a localização dos grupos para investigação, mas principalmente, a coleta de dados. Procurou-se seguir, então, os procedimentos propostos por Katz (apud GIL, 2006) para a coleta de dados em estudos de campo, que consistem em: a) buscar o apoio das lideranças locais; b) aliar-se a pessoas ou grupos que tenham interesse na pesquisa; c) fornecer aos membros da comunidade as informações obtidas; d) preservar a identidade dos respondentes.

Tinha-se o apoio das lideranças locais nos bairros visitados, tendo inclusive já entrevistado alguns destes indivíduos em outro momento. Também havia o contato de membros do PCdoB e da coordenação de campanha da Manuela, que estavam dispostos a ajudar na localização destes grupos. Sempre que se contactava ou que se retornava aos locais, falava-se sobre o desenvolvimento da pesquisa. Portanto, dos procedimentos recomendados por Katz (apud GIL, 2006) o único que não seguido foi o d), por acreditar que a pesquisa ficaria mais rica com a identificação dos participantes. Ainda assim, em nenhum momento os entrevistados foram enganados, visto que sabiam que suas identidades seriam reveladas na pesquisa.

Os grupos foram localizados e houve deslocamento até as respectivas comunidades, já com contato prévio com as lideranças locais, com vistas de conhecer a realidade local e as pessoas e a partir daí encontrar possíveis informantes que estivessem dispostos a dar entrevista. No entanto, embora todos fossem bem recebidos nos grupos, muitas vezes os indivíduos não queriam ser entrevistados e as informações eram obtidas nas conversas informais. Uma das hipóteses para isto é apontada por Gil (2006, p. 133), ao afirmar que “a diferença de *status* entre o pesquisador e os informantes – que ocorre com frequência – pode conduzir a alguma forma de constrangimento”, mesmo que se tenha tentado fazer com que isso não ocorresse.

Os participantes do site #NovasIdeiasPOA também foram localizados, mas mostraram-se pouco dispostos a dar entrevistas. Alguns concordaram apenas em dar entrevista por e-mail, o que não servia para os propósitos desta pesquisa. Foram poucos indivíduos que se dispuseram a ser entrevistados presencialmente e estes acabaram se mostrando integrantes da coordenação de campanha ou militantes do partido.

Em ambas as estratégias analisadas, além de serem encontrados poucos indivíduos dispostos a dar entrevista, os que se propunham tinha um perfil muito parecido, o que poderia acabar direcionando o estudo. De maneira geral, quem acabava se dispondo a ser entrevistado era ou líder comunitário (membro de associação de bairro), ou militante do PCdoB, ou de algum partido da coligação “Juntos Por Porto Alegre” que contava - além do PCdoB - com PSD, PHS, PSB e PSC, ou membro da coordenação de campanha.

Percebeu-se, então, que com um número muito reduzido de entrevistados que possuíam perfis muito parecidos as entrevistas qualitativas propostas por Weiss (1994) também não permitiriam chegar a resultados relevantes cientificamente.

Além disso, as informações obtidas, as vivências tidas e os questionamentos que surgiam extrapolavam muito a questão das entrevistas e não deixavam se sentir confortável ao

se furtar disso apenas por uma questão metodológica, até porque conforme Gil (2006, p. 53), em comparação com outros métodos, “(...) o planejamento do estudo de campo apresenta muito maior flexibilidade”, ou seja, é possível adequar o método na tentativa de responder a o problema de pesquisa e de atingir os objetivos propostos no estudo. Yin (2001) ainda diz que uma vez no campo de pesquisa o pesquisador não pode se limitar a fórmulas rígidas para orientar seu comportamento, sendo assim capaz de tomar decisões inteligentes sobre os dados que estão sendo coletados.

Assim, para dar conta da análise da totalidade das evidências coletadas, para não acabar caindo na superficialidade por entrevistar poucos indivíduos e, não fazer uma pesquisa tendenciosa devido ao perfil dos indivíduos que se propunham a dar entrevista, optou-se pela não utilização do método proposto por Weiss (1994), mas sim de um estudo de caso com diversas fontes distintas para coleta de evidências.

Entretanto, acredita-se que é importante detalhar o caminho percorrido até aqui, tanto para que sirva de exemplo sobre as dificuldades de realizar um estudo de campo com uma amostra tão específica e com a particularidade da pesquisa *ex-post facto*, tanto como para que se possa levantar alguns questionamentos que surgiram a partir destas dificuldades e que acabaram sendo incorporados à pesquisa.

Por que as pessoas não querem falar de política? Será que o perfil específico destes indivíduos participantes do Bairro a Bairro faz com que eles não se sintam empoderados para falar de um “tema sério”? Os indivíduos que participaram pela internet se sentem intimidados ao serem convidados para uma entrevista presencial ou a negativa se deve ao esforço maior que precisaria ser empreendido neste caso? Além das questões já abordadas no problema de pesquisa, nos objetivos e no referencial teórico utilizado, busca-se refletir, também, sobre estes aspectos que o percurso metodológico apresentou, o qual não se pode deixar de analisar e questionar.

No item seguinte apresenta-se, então, o caso analisado nesta dissertação: a campanha da candidata Manuela D’Ávila a prefeitura de Porto Alegre em 2012 e suas unidades incorporadas de análise: o Bairro a Bairro e o #NovasIdeiasPOA.

3.3 A CAMPANHA DA CANDIDATA MANUELA D'ÁVILA À PREFEITURA DE PORTO ALEGRE EM 2012

Manuela D'Ávila³³ é deputada federal e jornalista formada pela PUC-RS. Iniciou sua trajetória no movimento estudantil em 1999 e dois anos depois ingressou na política partidária pelo Partido Comunista do Brasil (PCdoB). Com uma longa experiência de militância no movimento estudantil, tendo sido conselheira do Conselho Universitário e Coordenadora do Centro de Estudantes de Ciências Sociais da UFRGS, vice-presidente da União Nacional dos Estudantes (UNE), presidente estadual e diretora nacional da União da Juventude Socialista (UJS) foi eleita em 2004, aos 23 anos, a mais jovem vereadora de Porto Alegre com 9.498 votos. Em 2006 foi eleita a Deputada Federal mais votada do RS com 271.939 votos, feito ampliado em 2010, quando foi a Deputada Federal mais votada da história do Rio Grande do Sul alcançando a marca de 482.590 votos sendo a Deputada mais votada do Brasil.

Na Câmara, Manuela tem trabalhado principalmente em pautas ligadas a educação, aos direitos humanos e da juventude, às minorias e em defesa do Marco Civil para a internet, tendo sido relatora do Estatuto da Juventude e do Vale-Cultura, além de ter proposto a Lei do Estágio e o Projeto de Lei que impede a censura a biografias, liberando a divulgação de imagens e informações de personalidades públicas. Foi presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias, vice-presidente da Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público e líder da bancada federal gaúcha em Brasília. Atualmente Manuela integra a Frente Parlamentar em Defesa da Liberdade na Internet e a Frente Parlamentar pela Cidadania LGBT além de ser vice-presidente da Comissão de Relações Exteriores e de Defesa Nacional da Câmara dos Deputados. Desde julho de 2011 é vice-líder do governo no Congresso, em 2013 é a líder da bancada do PCdoB na Câmara Federal e atualmente preside o PCdoB gaúcho.

Manuela foi indicada em setembro de 2013, pelo quinto ano consecutivo, ao Prêmio Congresso em Foco (venceu em 2009). Pelo segundo ano, foi destaque na categoria "parlamentar de futuro", que são os parlamentares com menos de 45 anos que melhor representam a população no Congresso. Ainda cabe destacar que foi apontada como uma das cem parlamentares mais influentes do congresso pelo Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP) em 2011. No mesmo ano foi apontada pela revista Época como uma das 40 personalidades com menos de 40 anos mais influentes do Brasil e, ainda, como uma das 100 personalidades mais influentes do país. A atuação da Deputada também é

³³ Com informações de www.manuela.org.br/biografia, www.manuela.org.br/trajetoria, <http://pt.wikipedia.org> e www.eleicoes2012.info. Acessos em: 25/12/2013.

reconhecida no exterior, tendo sido apontada pelo jornal inglês The Independent como uma das principais líderes mundiais do futuro e pelo The New York Times como uma das mulheres que se destacam na política brasileira. Ainda apareceu em reportagem do jornal inglês The Financial Times sobre políticos influentes da geração Y.

Em 16 de setembro de 2013 Manuela anunciou em seu site oficial³⁴ que não concorrerá à reeleição para a Câmara dos Deputados e que tentará pela primeira vez uma vaga na Assembleia Legislativa do estado do Rio Grande do Sul³⁵.

Ela concorreu à prefeitura de Porto Alegre, sua cidade natal, em 2008 e 2012. Em 2008 Manuela teve 121.232 votos, ou 15,35% dos votos válidos, ficando em terceiro lugar, atrás de José Fogaça (PMDB) e Maria do Rosário (PT). Já em 2012 a candidata fez com 141.073 votos, ou seja, 17,76% dos votos válidos e obteve o segundo lugar, perdendo para José Fortunati (PDT), candidato a reeleição.

A quinta eleição de Manuela foi em 2012, era de âmbito municipal e elegeu candidatos para os cargos de prefeito, vice-prefeito e vereador. O estudo de caso apresentado aqui está contextualizado na disputa que ocorreu para os cargos de prefeito e vice-prefeito na cidade de Porto Alegre. Como os referidos cargos são vinculados, ou seja, vota-se na coligação e não no candidato iremos nos referir sempre à campanha da candidata Manuela D'Ávila, de forma que fica implícita a campanha do candidato a vice-prefeito.

Porto Alegre é a capital do Rio Grande do Sul, estado localizado na região sul do Brasil. A população da cidade é de 1.409.351 habitantes³⁶, sendo que destes 1.077.883 são eleitores³⁷, o que faz com que a cidade tenha segundo turno. Da população apta a votar 488.415 são homens e 589.468 são mulheres. Ainda cabe destacar que 13.698 são analfabetos e 4.522 estão na faixa entre os 16 e os 18 anos, ou seja, tem voto facultativo. A cidade se divide em nove zonas eleitorais, distribuídas em 2.798 seções e 347 locais de votação.

Na eleição de 2012 houve sete coligações disputando a prefeitura. Os candidatos eram: Adão Villaverde e Coronel Bonete (PT – PR); Érico Corrêa e Maria Resplande Batista (PSTU); Jocelin Azambuja e Luiz Carlos Machado (PSL – PSDC); José Fortunati e Sebastião Melo (PDT - PMDB); Manuela D'Ávila e Nelcir Tessaro (PCdoB - PSD); Roberto Robaina e Gorette Grossi (PSOL – PCB); e Wambert Di Lorenzo e Marco Danguì (PSDB – PRP).

³⁴ <http://manuela.org.br/noticias/novos-passos-novos-desafios>. Acesso em: 27/10/2013.

³⁵ Mais informações em <http://oglobo.globo.com/pais/entrevista-manuela-davila-da-adeus-brasilia-diz-que-tempo-de-ouvir-as-ruas-10342209>. Acesso em: 27/10/2013.

³⁶ Informações do site da Prefeitura http://www2.portoalegre.rs.gov.br/turismo/default.php?p_secao=256. Segundo consta no site a fonte da informação é o IBGE - censo demográfico de 2010. Acesso em: 27/10/2013.

³⁷ Informações do site do TRE <http://www.tre-rs.gov.br/apps/estatisticas/index.php>. Acesso em: 27/10/2013.

Fortunati, Manuela e Villaverde eram considerados os principais candidatos segundo as pesquisas eleitorais. Manuela D'Ávila chegou a liderar algumas pesquisas de intenção de voto, sendo que a última vez que apareceu na primeira colocação na simulação de primeiro turno foi em 1º de setembro em pesquisa divulgada pelo IBOPE³⁸. Já nas simulações de segundo turno, Manuela também vencia em algumas pesquisas. A última vez que apareceu liderando as intenções de voto foi em pesquisa divulgada em 18 de setembro pelo Instituto Methodus³⁹. Conforme as pesquisas apontaram a preferência por Manuela foi diminuindo ao longo da campanha eleitoral, o que pode levantar inúmeros questionamentos que não nos cabem aqui, já que não são objeto de reflexão desta pesquisa e estes dados servem apenas para contextualizar a eleição e a campanha. Se na pesquisa divulgada pelo IBOPE em 07 de abril⁴⁰ ela aparecia na frente com 37% das intenções de voto contra 28% de Fortunati, na pesquisa de boca de urna⁴¹ ela tinha apenas 23% contra 62% de seu principal oponente.

O que interessa aqui, mais especificamente, é a campanha da candidata Manuela D'Ávila em 2012. Na ocasião Manuela era a candidata a prefeita pela coligação “Juntos Por Porto Alegre” (PCdoB/PSD/PHS/PSB/PSC) e tinha como vice o vereador Nelcir Tessaro do PSD, que foi escolhido um dia antes do anúncio oficial da candidatura. O coordenador da campanha foi o deputado federal – na época secretário de infra-estrutura e logística do RS – Beto Albuquerque. As despesas foram da ordem de R\$ 4.533.457,80 de despesas e as arrecadações da ordem de R\$ 3.916.932,12 segundo o TSE⁴². Villaverde teve despesas de R\$ 3.978.585,34 e arrecadou R\$ 2.500.017,94. Já Fortunati declarou ter arrecadado e gastado a mesma quantia: R\$ 6.247.148,32.

A campanha começou oficialmente em 06 de julho e a eleição foi dia 07 de outubro. Manuela D'Ávila realizou a convenção⁴³ que oficializou sua candidatura em 23 de junho no anfiteatro Dante Barone, na Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul e foi a última candidata a fazê-lo. O prazo se encerrava em 05 de julho. A convenção contou com a presença do governador do estado do Rio Grande do Sul, Tarso Genro (PT), e do presidente

³⁸ Mais informações em <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/eleicoes/2012/noticia/2012/09/ibope-mostra-manuela-com-37-e-fortunati-com-35-em-porto-alegre.html>. Acesso em: 27/10/2013.

³⁹ Mais informações em <http://www.correiodopovo.com.br/Noticias/?Noticia=465603>. Acesso em: 27/10/2013.

⁴⁰ Mais informações em <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/politica/eleicoes-2012/noticia/2012/04/a-seis-meses-das-eleicoes-municipais-pesquisa-ibope-mostra-o-quadro-eleitoral-em-porto-alegre-3720135.html>. Acesso em: 27/10/2013.

⁴¹ Mais informações em <http://oglobo.globo.com/topico-eleicoes-2012/boca-de-urna-aponta-reeleicao-de-fortunati-em-porto-alegre-6319138>. Acesso em 27/10/2013.

⁴² Mais informações em <http://inter01.tse.jus.br/spceweb.consulta.receitasdespesas2012/resumoReceitasByCandidato.action?sqCandidato=21000000258&sgUe=88013&filtro=S>. Acesso em: 27/10/2013.

⁴³ Para ler o discurso de Manuela na convenção acesse <http://www.bolademeiaboladegude.blogspot.com.br/2012/06/emocao.html>

nacional do PCdoB, Renato Rabelo. Durante um bom tempo especulou-se que o PT⁴⁴ poderia apoiar a candidatura de Manuela ao invés de lançar a candidatura de Adão Villaverde, o que acabou não ocorrendo. Durante a campanha, inclusive, Manuela foi proibida pela justiça de utilizar imagens de Lula e Dilma em suas propagandas para o horário eleitoral gratuito após ação movida pelo PT. A candidata recorreu e teve assegurado o direito de voltar a utilizar as imagens⁴⁵.



Figura 1 – Manuela D’Ávila com o vice Nelcir Tessaro, o Governador Tarso Genro e o coordenador da campanha Beto Albuquerque na convenção de lançamento da candidatura.
Fonte: Flickr de Manuela D’Ávila (2012).

O primeiro partido a se somar na candidatura de Manuela foi o PSD do vice Tessaro que declarou apoio à candidata em 16 de abril. O PSC decidiu apoiar Manuela em 17 de abril. O PHS declarou seu apoio em 19 de junho e o PSB foi o último a decidir, anunciando seu apoio 25 de junho. Além do PT outro partido que estava indefinido entre Fortunati e Manuela era o PP. O partido realizou sua convenção no dia 12 de junho e acabou decidindo apoiar Fortunati. A posição do PP foi crucial, especialmente no que se referia ao tempo de propaganda eleitoral. Sem o apoio do PP Manuela era a candidata com menos tempo de

⁴⁴ Mais informações em <http://noticias.terra.com.br/brasil/politica/eleicoes/rs-com-tarso-genro-pcdob-oficializa-candidatura-de-manuela.38cadf0a2566b310VgnCLD200000bbcecb0aRCRD.html>. Acesso em: 27/10/2013.

⁴⁵ Mais informações em <http://noticias.terra.com.br/brasil/politica/eleicoes/rs-justica-eleitoral-proibe-manuela-de-usar-imagem-de-dilma.5a38c74d6666b310VgnCLD200000bbcecb0aRCRD.html> e <http://noticias.terra.com.br/brasil/politica/eleicoes/rs-justica-autoriza-manuela-a-usar-lula-e-dilma-em-campanha.d83e0a43aa1da310VgnCLD200000bbcecb0aRCRD.html>. Acesso em: 27/12/2013.

televisão entre os três principais concorrentes. Enquanto Fortunati tinha cerca de 9 minutos e 11 segundos e Adão Villaverde cerca de 6 minutos e 55 segundos, Manuela tinha apenas 5 minutos e 59 segundos⁴⁶. Como o referencial teórico apresentado anteriormente deixa claro, ainda que a importância da internet para as campanhas eleitorais esteja crescendo, a televisão e o rádio permanecem cruciais e são os meios que atingem o maior número de eleitores, podendo inclusive definir o resultado de uma eleição. Como a entrevista com a candidata explicita, estas limitações provenientes da falta de tempo e de recursos também foram determinantes na busca da campanha por estratégias diferenciadas como o Site #NovasIdeiasPOA e o Bairro a Bairro.

Ainda assim, alguns membros do PP pediram licença ao partido para apoiar a comunista, dentre eles a senadora Ana Amélia Lemos, e os deputados estaduais Mano Changes e Silvana Covatti. O apoio acabou gerando críticas especialmente da parte mais esquerdista do eleitorado de Manuela, pelo fato do PP ser um partido localizado mais a direita do espectro político e com posições que podem ser consideradas conservadoras.

A campanha de Manuela tinha como slogan “Porto Alegre da inovação e da igualdade”⁴⁷ que, segundo a candidata, reflete o espírito que queria dar para a administração municipal e também utilizava bastante a frase “Chegou a Hora”, que pretendia trazer aos eleitores a convicção de que Manuela, apesar de ser jovem, já estava pronta para ser prefeita de Porto Alegre.



Figura 2 – Imagem de campanha.
Fonte: Facebook de Manuela D’Ávila (2012).

⁴⁶ Mais informações em <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/eleicoes/2012/noticia/2012/08/veja-distribuicao-dos-candidatos-de-porto-alegre-para-o-horario-eleitoral.html>. Acesso em: 27/10/2013.

⁴⁷ Mais informações em http://www.vermelho.org.br/rs/noticia.php?id_noticia=191709&id_secao=113. Acesso em: 25/12/2013.

Reconhecida por ser adepta das redes sociais digitais e defensora do potencial da internet, Manuela utilizou ativamente essas ferramentas na campanha, também como uma tentativa de driblar as dificuldades impostas pelo pouco tempo de televisão e pelos poucos recursos – em comparação com Fortunati, seu principal adversário - disponíveis para a campanha. Isso fica evidente nas falas da candidata, como esta: “(...) porque a nossa campanha sempre tem essa característica de ter pouco dinheiro. Então como é que a gente maximiza o uso do dinheiro? Com coisas mais inteligentes, mais baratas, né? Então tentar fazer coisas rápidas, materiais mais baratos” (MANUELA D’ÁVILA). Dentre as estratégias online utilizadas pela campanha, cabe ressaltar a utilização de redes sociais digitais, sites, blogs, conta no Flickr, vídeos no YouTube e a proposição de coberturas colaborativas da campanha.

COBERTURA COLABORATIVA

#ChegouaHora de compartilhar
Participe do comício, que acontecerá neste sábado, 1º de setembro, às 16 horas, na praça Darcy Azambuja, na Intercap, tire suas **fotos**, faça seus **vídeos**, escreva seus **textos** e publique nas redes sociais.

No Twitter e no Instagram:
Use a tag **#Manuela65**

No Facebook:
Curta a fanpage [facebook.com/deputadamanueladavila](https://www.facebook.com/deputadamanueladavila) e publique a sua foto ou vídeo na timeline do nosso perfil colaborativo no [facebook.com/nasredesenasruas](https://www.facebook.com/nasredesenasruas)

65 PREFEITA VILVA FERREIRO
Manuela
CHEGOU a HORA

www.manuelaprefeita.com.br

Figura 3 – Exemplo de convocação para a cobertura colaborativa da campanha.
Fonte: Facebook da Manuela D’Ávila (2012).

Dentre os sites de redes sociais mais conhecidos no Brasil, Manuela tem perfil no twitter e instagram⁴⁸ e fanpage no facebook⁴⁹ e já os utilizava antes da campanha. No período eleitoral, estes perfis passaram a ser usados na campanha, mas também foram criadas páginas específicas, como a fanpage “Nas Redes, Nas Ruas”. Além dos perfis de rede social da candidata havia os sites e blogs. O site oficial⁵⁰ e o site colaborativo #NovasIdeiasPOA e os

⁴⁸ O perfil oficial de Manuela D’Ávila no twitter é www.twitter.com/manudeputada e no instagram é www.instagram.com/deputadamanuela. Acesso em: 25/12/2013.

⁴⁹ A fanpage no facebook é www.facebook.com/manueladavila. Acesso em 25/12/2013.

⁵⁰ O site oficial é www.manuela.org.br. Acesso em: 25/12/2013.

blogs do Bairro a Bairro (relatava as visitas aos Bairros e será melhor detalhado posteriormente), Jogo Aberto (era utilizado por personalidades e pessoas com conhecimento técnico em determinadas áreas para falar sobre Manuela e o plano de governo) e o blog pessoal de Manuela⁵¹. Os site #NovasIdeiasPOA e os blogs do Bairro a Bairro e Jogo Aberto foram ações de campanha, portanto não estão mais disponíveis na internet. Além disto, as fotos de agenda iam para a conta da candidata no Flickr⁵² e alguns programas veiculados no horário eleitoral gratuito eram disponibilizados no YouTube. Também era produzido conteúdo audiovisual exclusivo para a internet que era divulgado no canal da candidata⁵³.

No entanto, a fala trazida acima não se aplica somente às ferramentas digitais utilizadas, mas às ações inovadoras que ocorriam também nas ruas, bem como Manuela afirmou em entrevista realizada em 04 de abril de 2013

A gente tentou fazer a participação da rua ser interativa. Esse foi o nosso maior desafio. Quer dizer, como é que a gente consegue fazer a participação da rua ser diferente da participação da rua? Porque a participação da rua na política ela é muito chata, então assim, a nossa participação online ela já é boa. A gente já chegou, eu acho, no máximo que um político consegue fazer online a gente já tá há muito tempo. (...) Agora já não é mais muito quem vai fazer diferente, é quem vai ser mais ouvido na internet. E por enquanto nós somos os mais ouvidos na internet. Ok, né? Agora a nossa disputa foi quem ia conseguir ser melhor offline. Como a gente ia conseguir o offline ser diferente e eu acho que a gente conseguiu fazer isso. A diferença não foi essa, a diferença é que a gente era a campanha do um real contra a campanha do um milhão, né? Então era isso. A nossa campanha foi mais legal, foi mais divertida, mas era isso, né? Uma nota de um... a gente era a campanha do 2 contra a do 100. A nota é parecida né, mas o problema é que é só parecida, não vale a mesma coisa (MANUELA D'ÁVILA).

Nas ruas, a campanha procurou utilizar estratégias como blitz divertidas e *Flash Mobs*⁵⁴ em datas comemorativas que tinham como objetivo, segundo Cristina Ely, integrante da coordenação de campanha afirmou em entrevista, chamar atenção das pessoas e também levá-las a refletir sobre a temática trazida na ação. Outra ação de rua que pode ser considerada inovadora foi o Varal das Novas Ideias⁵⁵. Esta ação foi coordenada pela União da Juventude Socialista (UJS) – juventude do PCdoB - em alguns locais de Porto Alegre como o parque da

⁵¹ O blog pessoal da candidata é www.bolademeiaboladegude.blogspot.com. Acesso em 25/12/2013.

⁵² Conta no Flickr disponível em <http://www.flickr.com/photos/manueladavila/>. Acesso em 25/12/2013.

⁵³ Canal no YouTube disponível em <http://www.youtube.com/deputadamanuela>. Acesso em 25/12/2013.

⁵⁴ Segundo a Wikipedia, *Flash Mobs* são aglomerações instantâneas de pessoas em certo lugar para realizar determinada ação inusitada previamente combinada, estas se dispersando tão rapidamente quanto se reuniram.

⁵⁵ Inicialmente esta dissertação tinha como objetivo analisar também o Varal de Ideias, no entanto esta possibilidade mostrou-se irrealizável aos moldes de uma pesquisa *ex-post facto* (GIL, 2006) dada a impossibilidade de encontrar os participantes para falar sobre a ação bem como a inexistência de relatórios ou dados sobre ela, visto que todo material já havia se perdido. Os únicos registros da ação estão em fotografias e no vídeo produzido pela campanha que pode ser assistido em http://www.youtube.com/watch?v=Ksbx42_cIac. Acesso em 25/12/2013.

Redenção e à frente de algumas escolas e universidades. Era estendido um varal e disponibilizado material de desenho – papel, canetas, lápis coloridos... – para que as pessoas que estivessem passando colocassem as suas contribuições para o plano de governo da cidade no varal.

Cabe ressaltar ainda que havia uma preocupação da campanha em não isolar as ações no online ou no offline, sempre procurando fazê-las convergir. Isso é visível no exemplo do Varal das Novas Ideias e nos *Flash Mobs* que acabaram resultando em vídeos para serem disponibilizados no YouTube. Fica claro também na fala da candidata

As pessoas elas não são obrigadas a participar no território, né? O território é uma forma de construção do programa de governo, agora pensar a cidade só territorialmente também é uma forma limitada de pensar a cidade. Porque a cidade não se desenvolve só no território. Dizer isso é também uma visão limitadora do desenvolvimento urbano porque a economia da cidade, por exemplo, ela também é totalitária, ela não é só geográfica, então ela tem esses dois vieses (MANUELA D'ÁVILA).

Por fim, apesar dos esforços da campanha da candidata Manuela D'Ávila de inovar e assim superar de maneira criativa as dificuldades impostas pela falta de tempo de televisão e de verba, os eleitos, ainda em primeiro turno, foram José Fortunati e Sebastião Melo da coligação “Por Amor a Porto Alegre” (PDT/PMDB/DEM/PMN/PP/PPS/PRB/PTB/PTN) - que concorriam à reeleição – com 517.969⁵⁶ ou 65,22% dos votos. Manuela reconheceu a derrota às 18h06m do dia da eleição e parabenizou o candidato eleito via twitter⁵⁷.

Então, dentre as estratégias da campanha de Manuela D'Ávila à prefeitura de Porto Alegre, em 2012, duas chamaram atenção especial, pois tinham como objetivo ajudar na construção do plano de governo da candidata e convergiam com o referencial teórico aqui estudado, possibilitando assim uma análise empírica para sustentar esta pesquisa. Essas estratégias são o Bairro a Bairro e o Site #NovasIdeiasPOA e serão as unidades incorporadas de análise do nosso caso, que é a campanha da candidata.

⁵⁶ Na eleição de 2012 estavam aptos para votar 1.076.263 porto-alegrenses, segundo consulta ao site do TRE <http://www.tre-rs.gov.br/apps/estatisticas/index.php> no dia 08 de outubro de 2012.

⁵⁷ Mais informações em <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/politica/eleicoes-2012/noticia/2012/10/pelo-twitter-manuela-d-avila-parabeniza-jose-fortunati-3909816.html> e <http://noticias.terra.com.br/brasil/politica/eleicoes/manuela-candidatura-propria-do-pt-foi-erro-estrategico-da-esquerda,a608b0f02666b310VgnCLD200000bbcecb0aRCRD.html>. Acesso em 27/10/2013.

3.2.1 O Bairro a Bairro

O Bairro a Bairro foi uma ação realizada em um momento pré-eleitoral. As primeiras visitas aos bairros foram realizadas em fevereiro de 2012⁵⁸ e as últimas em junho do mesmo ano, momento em que Manuela ocupava o cargo de Deputada Federal e havia oficializado somente a pré-candidatura a prefeitura.

Questionamos sobre a viabilidade de utilizar o Bairro a Bairro como unidade incorporada de análise deste estudo de caso, visto que este ocorria em período pré-eleitoral, ao contrário do Site #NovasIdeiasPOA. No entanto, ainda que o projeto não tenha sido realizado em período eleitoral, fica claro que o foco era a construção de um plano de governo e também o estabelecimento de relacionamento com as comunidades visitadas visando as eleições que se aproximavam. É possível afirmar isto a partir de observações e da entrevista realizada com a candidata.

O Bairro a Bairro foi uma ação anterior a campanha, né? (...). Todas as ações elas são ações que ocupam um espaço. O Bairro a Bairro é um espaço de ocupação física da cidade. Ele foi ocupando um espaço de uma ação anterior que tem a ver com o meu primeiro mandato que era o gabinete de rua. Então, ele ocupou o espaço do gabinete de rua e virou uma ação de pré-campanha nossa que na verdade foi uma transformação de uma ação, né? Ele era o gabinete itinerante e virou o Bairro a Bairro na campanha. Foi uma migração de uma ação. Ele foi pensado muito tempo antes assim, então ele foi uma forma da gente montar o programa de governo, né? Então, ele foi construído estrategicamente como uma forma de construir o programa de governo ouvindo a população. Foi a forma de ouvir a população antes de construir o programa de governo de maneira democrática. Foi isso que ele foi. E da gente se empoderar da realidade da cidade. Então tinha dois papéis, né? A gente conhecer melhor a cidade, ir nos Bairros, e ao mesmo tempo ouvir a população e permitir que a população participasse da construção do programa de governo (MANUELA D'ÁVILA).

O Bairro a Bairro, então, foi uma estratégia que tem suas bases no Gabinete Itinerante, ação implantada ainda em 2005 quando Manuela exercia o mandato de vereadora em Porto Alegre, segundo o hotsite⁵⁹ que conta a trajetória dela. O Gabinete Itinerante também tinha o propósito de visitar as comunidades para prestar contas e levantar demandas e assim aproximar a Câmara de Vereadores da população porto alegreense. A diferença que surge em relação ao Bairro a Bairro é que neste último a ideia não se resumia a levar a equipe do mandato aos bairros, mas fazer com que a própria Deputada visitasse os locais. Havia

⁵⁸ Mais informações em http://www.vermelho.org.br/rs/noticia.php?id_noticia=174986&id_secao=113. Acesso em: 09/01/2014.

⁵⁹ Disponível em: www.manuela.org.br/trajetoria. Acesso em: 27/12/2013.

também o diferencial de procurar construir o plano de governo em colaboração com estas comunidades.

O objetivo da estratégia do Bairro a Bairro era conhecer Porto Alegre e também ouvir a população, permitindo que as demandas das comunidades entrassem no plano de governo da candidata. Segundo membros da equipe da campanha, é principalmente por esse motivo que se optou pela realização do Bairro a Bairro em um período pré-eleitoral e não no período eleitoral.

As visitas foram registradas em um blog chamado “Projeto Bairro a Bairro”. O blog não existe mais, no entanto todo conteúdo foi armazenado para a realização da pesquisa. A observação também mostrou que, após a eleição, este blog foi retirado do ar, ainda que conforme constasse em sua própria descrição que: “Esse site traz a realidade da nossa cidade Bairro a Bairro, rua por rua, pessoa por pessoa”. Ou seja, poderia ter sido mantido após o processo eleitoral, especialmente porque o PCdoB tentou reativar o Bairro a Bairro em 2013⁶⁰. No entanto, o blog foi deletado após a eleição.



Figura 4 – Cabeçalho do site “Projeto Bairro a Bairro”.
Fonte: Site “Projeto Bairro a Bairro”.

Durante o período em que a estratégia foi implementada, foram visitadas mais de 70 comunidades em Porto Alegre, segundo *hotsite* com a trajetória da candidata. Não se encontra registro nominal de todas estas comunidades em lugar nenhum, sendo que será trazida aqui uma listagem com 51 destas, a título de informação. Elas foram citadas por Manuela em seu blog pessoal em uma postagem de 17 de junho de 2012⁶¹ e a própria admite não lembrar de

⁶⁰ Mais informações em: http://www.vermelho.org.br/rs/noticia.php?id_secao=113&id_noticia=214028. Acesso em: 26/12/2013.

⁶¹ Informações retiradas de: <http://www.bolademeiaboladegude.blogspot.com.br/2012/06/sempre-lembro-daquela-frase-acho-que-de.html>. Acesso em: 26/12/2013.

cabeça do nome de todos os locais. Dentre as localidades apontadas pela candidata, algumas são bairros e outras são comunidades dentro de um mesmo bairro, o que provavelmente explica a diferença numérica de 70 para 51. Um bairro citado, como por exemplo, o Bairro Glória, teve mais de uma comunidade visitada e elas não estão listadas no blog. Estas localidades englobam geograficamente todas as regiões de Porto Alegre e são: Vila Santa Rosa; Clara Nunes; Chapéu do Sol; Lami; São Caetano; Flores da Cunha; Túnel Verde; Ponta Grossa; Santo Agostinho; Vila Dique; Ilhas; Parque os Maias; Santa Fé; Partenon; Vila São José; Morro da Cruz; Vila São Judas Tadeu; Vila São Miguel; Vila Planetário; Navegantes; Humaitá; São Geraldo; Vila Farrapos; Vila Santo Antônio; Vila dos Ferroviários; Chácara do Primeiro; Parque dos Mayas; Vila dos Eucaliptos; Nova Chocolateão; Sarandi; Jardim Protásio Alves; Mário Quintana; Rubem Berta; Cruzeiro; Cristal; Glória; Belém Velho; Jardim Cascata; Taquareiras; Vila Gaúcha; Vila Ecológica; Moab Caldas; Cascata; Teresópolis; Centro; Menino Deus; Bela Vista; Moinhos; Mont'Serrat; Restinga; Lomba do Pinheiro. As primeiras comunidades visitadas foram no extremo sul de Porto Alegre e a última foi na zona leste.

As visitas ocorriam aos finais de semana, quando a Deputada vinha de Brasília para o Rio Grande do Sul. Manuela visitava mais de uma comunidade por dia, dando prioridade às que eram geograficamente próximas, como é possível perceber pelas postagens do blog do Bairro a Bairro e pelas galerias de foto no Flickr.

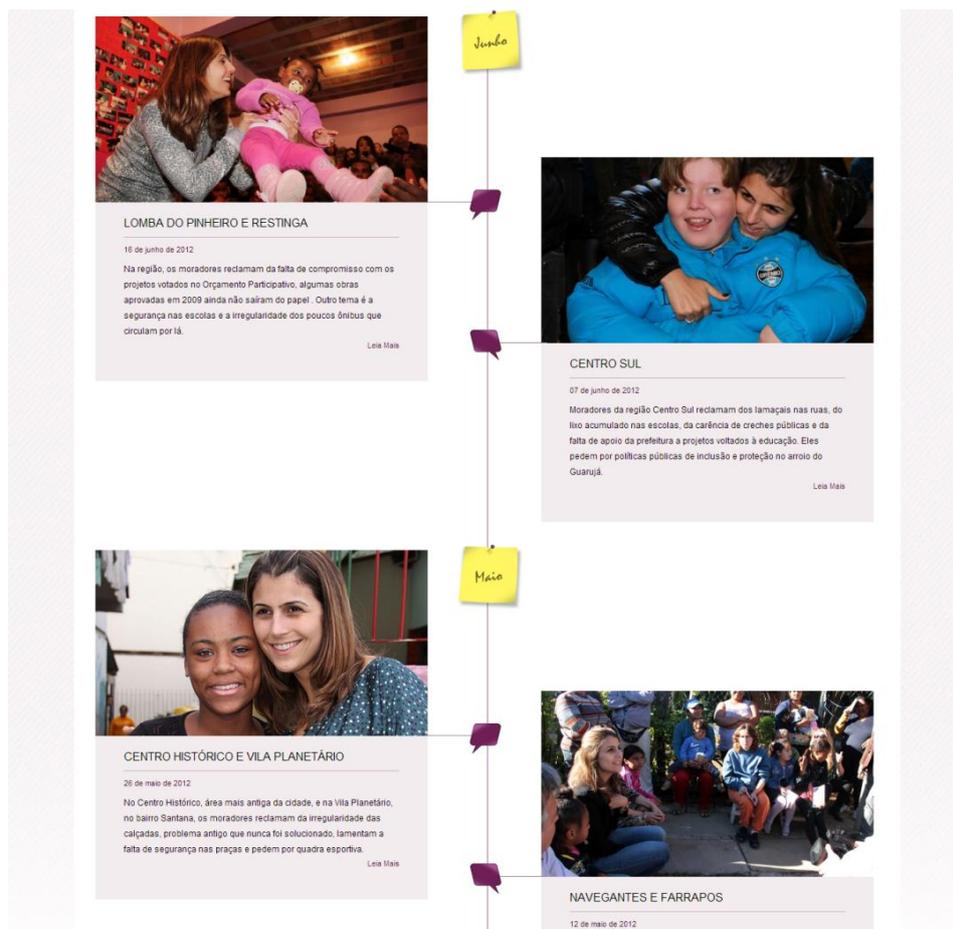


Figura 5 – Fragmento da página inicial do site “Projeto Bairro a Bairro”.
Fonte: Site “Projeto Bairro a Bairro”.

Ainda sobre o Bairro a Bairro, Cristina Ely, integrante da coordenação de campanha, também explicou em entrevista como se deu o processo, enfatizando a questão de ser uma estratégia pré-campanha e também a necessidade da criação do “Projeto Bairro a Bairro”.

Cada Bairro a Bairro a gente fazia assim: a gente ouvia as pessoas, reunia, ouvia... A Manuela ia pra ouvir, pra entender o que aquela comunidade precisava, dialogar com as pessoas e na semana posterior voltava com os boletins do extrato daquilo que aconteceu, até porque nem todo mundo ia. O que a gente fez foi pegar aquelas coisas que apareceram no Bairro a Bairro que foi durante a pré-campanha e construir aquele blog onde a gente armazenou aquele conteúdo como uma produção da cidade e da campanha. Então assim, foi um espaço de na verdade já deixar registrado as coisas que as pessoas falaram e que não tem acesso a internet, então aquilo ali ficou publicizado pra cidade de alguma forma (CRISTINA ELY).

Esta fala traz o fato de que havia a preocupação de retornar nas comunidades para dar uma resposta às demandas levantadas pelos moradores. O mesmo é confirmado por Bruna e por Regina, outras entrevistadas, que terão seu perfil apresentado a seguir. Ainda que nem sempre fosse possível haver o retorno de Manuela, a equipe de trabalho dela retornava às

localidades para mostrar o encaminhamento que haviam dado às pautas discutidas. Isso mostra a tentativa de criar um relacionamento com estas pessoas e, como se percebe nas falas dos entrevistados, é entendido por estes como uma valorização da sua participação, ainda que o objetivo talvez não seja outro que não o êxito eleitoral.

Manuela também relatava as visitas em seu blog pessoal e em seu instagram, como é possível ver nas imagens (figuras 6, 7 e 8) abaixo, ainda que não necessariamente mencionasse que se tratava do Bairro a Bairro.

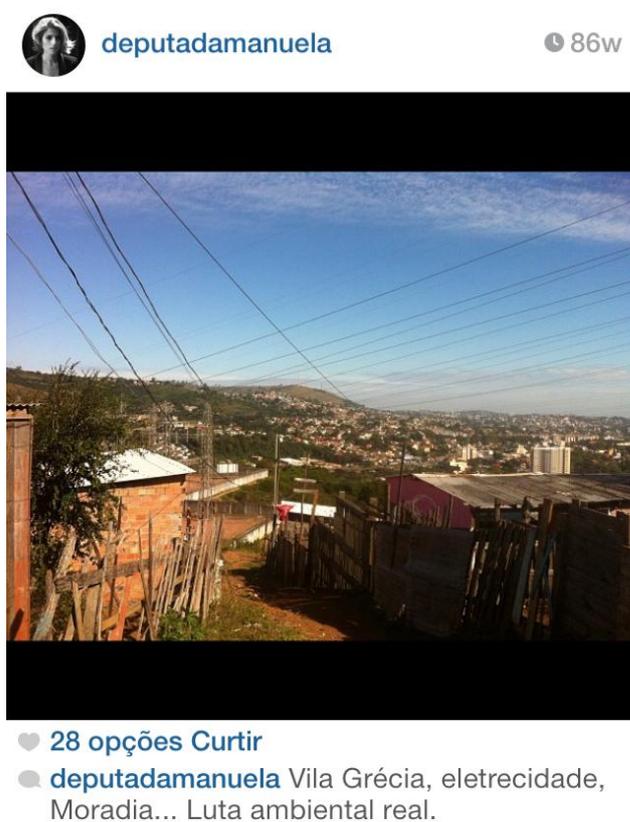


Figura 6 – Postagem retirada do instagram de Manuela sobre visita do Bairro a Bairro à Vila Grécia

Fonte: Instagram de Manuela D'Ávila.



Figura 7 – Postagem retirada do instagram de Manuela sobre visita do Bairro a Bairro à Restinga.
Fonte: Instagram de Manuela D'Ávila.

domingo, 17 de junho de 2012

Encontros

Sempre lembro daquela frase, acho que de Vinicius de Moraes, que diz "a vida é a arte do encontro, embora haja tanto desencontro na vida". Para mim, a perspectiva de disputar as eleições em Porto Alegre e a possibilidade de governá-la é a chance de encontrar pessoas certas para resolver problemas graves vividos pelas pessoas. Embora tenha visto nesses anos todos de política que muitas vezes há um desencontro entre as possibilidades de nossa cidade, os problemas de nossa população e as pessoas escolhidas para ocupar espaços de decisão.

O Bairro a Bairro, evento realizado semanalmente pela nossa pré-candidatura para ouvir a população de nossa cidade, foi um dos palcos de encontros entre mim, os técnicos que trabalham em nosso programa e as pessoas reais de nossa cidade (reais, pois vivem a cidade real e não a de propaganda).

Estava em São Paulo quando percebi que faríamos, no sábado, a última edição. Começamos em janeiro, num dia de 42 graus no extremo sul de Porto Alegre.

Por onde passei, ouvi histórias de pessoas que escrevem sua história todos os dias com força, com superação, com fé e com esperança. E esses encontros permitem que eu diga com convicção: é impossível sair desses encontros igual ao que eu era há seis meses. Impossível ver a vida dessas pessoas e não buscar fazer algo que permita a eles viver Porto Alegre com mais direitos.

Há uma diferença muito grande entre teoria e prática, embora alguns insistam que é o mesmo e que é possível mudar a vida das pessoas sem conhecê-las de perto. Digo isso porque acredito que as cidades são as pessoas. A vida, a dinâmica, a rotina, tudo são as pessoas. Então, se isso é o que acreditamos, então as cidades precisam ser para as pessoas algo bom.

E mesmo não sendo, não vi esmorecimento. Ao contrário!

A vida nos endurece um pouco a cada dia, porque nos coloca de frente com aquilo contra o que lutamos há anos. Tento segurar firme. Mas houve momentos em que chorei, em que olhei para o lado e vi gente também chorando. Chorei quando reencontrei o porteiro do prédio da minha avó (contei isso aqui), quando conheci Gabriel, quando ouvi das crianças da Linha do Tiro pedindo um lugar seguro para brincarem, quando vi uma criança comendo lixo e outra em cima do lixo com soro pendurado a uma parede nas Ilhas...

Aprender com essas pessoas é duro. Mas é a melhor forma de conhecer a realidade para, a partir disso, lutar para mudá-la. Eu fiz uma opção desde meus 15 anos e, em cada conversa que tive, olhando no olho das pessoas, vi que há muito por fazer e que vale a pena fazer.

Saio desse processo sabendo muito mais, sem dúvida. Em todos os lugares fui recebida com todo o carinho do mundo. Um carinho que é, também, esperança. E essa esperança é, para mim, responsabilidade, é força, é vontade e é, também, esperança. Esperança de ver aqueles que conheci bebês e que hoje já caminham em uma situação melhor, mais digna, menos difícil.

O Bairro a Bairro foi de reencontros, também. E fiquei feliz, porque sigo olhando nos olhos das mesmas pessoas e isso tem significado e importância pra mim. Isso representa a verdade e a transparência nas relações.

O fim dessa caminhada não poderia ter sido melhor. No espaço Flor da Tinga, fui recebida com música, com gente cantando, sorrindo. Casa enfeitada da forma mais simples: eram folhas de ofício pintadas com canetinha hidrocor coladas à parede. Essas mulheres me deram mais força e fizeram eu ter, mais uma vez, a sensação de que tudo valeu a pena. E que agora, somos muito mais na busca do que acreditamos, somos mais e melhores de braços dados.



Não lembro de cabeça todos os lugares que visitei no Bairro a Bairro. Deixo alguns aqui, porque lembro de grandes pessoas e grandes histórias. Espero reencontrar todas em breve.

Vila Santa Rosa
Clara Nunes
Chapéu do Sol
Lami
São Caetano

Figura 8 – Postagem do blog “Bola de Meia Bola de Gude”, fazendo um balanço do Bairro a Bairro.
Fonte: Blog pessoal de Manuela D’Ávila

Munidos destas informações primárias sobre o Bairro a Bairro, compreende-se a necessidade de buscar outras fontes. Assim, foram realizadas 5 entrevistas sobre esta estratégia, sendo que 2 delas são com moradores do Bairro Cruzeiro e 3 são de residentes do Bairro Glória. Também se realizou uma observação na comunidade Jardim Marabá, localizada no Bairro Glória que se situa na região centro sul de Porto Alegre. A escolha destes locais se deu pela impossibilidade de contatar participantes de todos os bairros e também por terem sido os locais aos quais conseguimos acesso para a pesquisa.

A seguir, então, utilizarem-se estes dados – em conjunto com os documentos coletados - com o objetivo de compreender como se deu a visita da candidata nas comunidades e, também, quais foram os significados e os resultados desta estratégia nas referidas comunidades. Para melhor sistematização e compreensão, optou-se por abordar um bairro de cada vez antes de fazer os apontamentos finais da análise e o tensionamento com o referencial teórico.

a) Bairro Cruzeiro:



Figura 9 – Fragmento do “Projeto Bairro a Bairro” sobre a visita à Cruzeiro.
Fonte: “Projeto Bairro a Bairro”

Como é possível perceber pelo *print screen* do site “Projeto Bairro a Bairro” a visita à Vila Cruzeiro foi em 15 de abril, mesmo dia em que outras comunidades receberam a candidata. Pelo período da manhã ela havia estado no Bairro Glória e no Belém Velho Rincão, enquanto durante a tarde visitou as Vilas Cruzeiro, Ecológica e Gaúcha. Em abril, o projeto já estava mais ou menos na metade, visto que havia começado em janeiro, o que leva a acreditar que devido às edições anteriores já existia alguma experiência acumulada.



Figura 10 – Uma das entradas do Bairro Cruzeiro.
Fonte: Flickr de Manuela D’Ávila.



Figura 11 – Proximidades do Posto de Saúde do Bairro Cruzeiro.
Fonte: Flickr de Manuela D’Ávila.

As fotos acima (figuras 10 e 11) evidenciam que o Bairro Cruzeiro é uma localidade pobre e que está aparentemente abandonada pelo poder público. Além das evidências demonstradas pelas imagens, os depoimentos das entrevistadas também apontam para este

sentido. Foram realizadas entrevistas com duas moradoras da Cruzeiro, cujos perfis apresentaremos a seguir.

Bruna⁶² tem 26 anos, é estudante de Administração Pública e Social na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Presidenta da União das Associações de Moradores de Porto Alegre (UAMPA). Bruna conheceu Manuela em 2004 quando ela foi candidata a vereadora de Porto Alegre. Envolveu-se na campanha e a partir daquele momento passou a acompanhar e seguir os projetos de Manuela. Hoje Bruna é membro da União da Juventude Socialista e filiada ao PCdoB. Ela participou ativamente da campanha, tendo se dedicado especialmente ao Bairro a Bairro, como ela mesma afirma em entrevista. A entrevistada participou do processo não só na Vila Cruzeiro, onde reside, mas também em outros bairros. “Eu participei muito ativamente do Bairro a Bairro e nos retornos do Bairro a Bairro”, ela afirma. Isso fica claro durante toda a entrevista, porque Bruna fala com propriedade sobre o processo, trazendo inclusive algumas novidades com relação à entrevista feita com a própria Manuela e com Cristina Ely, integrante da coordenação de campanha.

A gente sempre sentiu a necessidade desse conhecimento mais profundo (se referindo aos bairros) e aí na campanha de 2008... Não, agora de 2010, a gente começou a discutir uma forma de ir até os bairros e discutir com as lideranças e com a própria comunidade as necessidades e ver de que forma a gente podia atender. (...) Ele foi executado em 2012, mas em 2010 a gente já sentia essa necessidade, porque começou a se discutir, na verdade, em 2010. Em 2012 foi lançado com o nome de Bairro a Bairro (BRUNA).

A segunda entrevistada é Loise, de 46 anos, moradora da Cruzeiro e secretária da UAMPA. Ela também é filiada ao PCdoB, mas sua entrevista demonstra que ela não está tão bem informada sobre os bastidores da campanha, ao contrário de Bruna. A participação de Loise, então, pode ser considerada mais enquanto cidadã e militante, enquanto a de Bruna precisa ser compreendida como a de alguém que estava participando das decisões estratégicas da campanha. Inclusive, em alguns momentos da entrevista Loise enfatiza a importância de Bruna enquanto liderança comunitária na Cruzeiro: “A Bruna no caso é uma menina que começou a trabalhar muito jovem na política. A partir da Bruna que a gente sempre tinha o contato de saber quando ela (Manuela) vinha, marcar uma agenda pra ela ir” (LOISE).

Corroborando as imagens (figuras 10 e 11), a situação precária da comunidade é evidenciada nas entrevistas realizadas. Bruna afirma, ao se referir à Vila Cruzeiro “Eu moro em um bairro em Porto Alegre que se desenvolveu muito, mas que ainda tem uma carência muito grande, que tem uma juventude que acaba se perdendo em algum momento”. Pelas falas das entrevistadas, apesar da situação como um todo não ser boa, o problema que se

⁶² Como nem todos os entrevistados quiseram dar o nome completo optamos por identificar todos apenas pelo nome, omitindo o sobrenome, por questão de padronização.

destaca – e que segundo Bruna já existia em 2004, quando ela conheceu Manuela – é a falta de uma creche na comunidade, já que muitas jovens como ela, que foi mãe aos 16 anos, não tem onde deixar os filhos para poder trabalhar: “A maioria das jovens que se criavam ali todo mundo tinha filho e sentia uma necessidade muito grande de creche (...). Inclusive tem várias discussões da creche após o horário tradicional que é no período em que as jovens retomam o estudo, então onde ficariam essas crianças?” (BRUNA).

A imagem a seguir (figura 12) mostra quais eram as principais necessidades dos moradores da Vila Cruzeiro.

Tweeter 0
Curtir 0

15 de abril de 2012

Lideranças do PCdoB e PSB, a Deputada Federal Manuela d'Ávila e o Deputado Estadual Raul Carrion se reuniram com moradores da grande Cruzeiro e ouviram suas sugestões e reclamações, em mais uma edição do Projeto **Bairro a Bairro**. Nessa edição, a comitiva passou pelas vilas Cruzeiro, Ecológica e Gaúcha. Da visita os seguintes pontos foram levantados:

Não dá pra curtir
De pronto atendimento o PAM 3 só tem o nome. Quem chega ao posto acaba se deparando com a triste rotina de ter que retirar uma ficha e aguardar por horas para ser atendido. A maioria dos casos acaba no Hospital Pronto Socorro ou nas emergências de outros hospitais. É difícil quem saia do PAM 3 com seu problema resolvido.

Condições habitacionais
Todo cidadão brasileiro tem direito à moradia e à melhoria das condições habitacionais. Na grande Cruzeiro, muitas famílias vivem em condições adversas. Sem esgoto, luz elétrica, coleta de lixo regular e água encanada.

É preciso mudança
O poder público precisa mudar de atitude para solucionar problemas antigos e regularizar a limpeza das ruas, a coleta do lixo, a canalização e o tratamento dos esgotos na região. Só assim será possível garantir melhores condições de vida para os moradores.

Respeito e informação
A falta de informações por parte da prefeitura preocupa as 1.500 famílias que serão removidas devido a duplicação da Av. Tronco. Muitos não sabem para onde vão e nem terão como escolher. Os moradores apóiam a realização da Copa, mas pedem respeito aos direitos da população.

Creches para nossas crianças
A falta de creches e escolas infantis é outro problema na Vila Cruzeiro. A situação piorou com o fechamento da Escola Municipal de Educação Infantil Vila Tronco – a Tronquinho. O prédio onde ela funcionava foi interditado, por causa da precariedade de suas condições. Transferida para outro local, seu atendimento caiu pela metade. Em 2010, a deputada Manuela conseguiu a liberação de uma emenda de R\$ 2 milhões para a reforma da Tronquinho. O recurso não foi aplicado pela Prefeitura sob a justificativa de que a área não poderia ser utilizada. E, desde então, nada foi feito. A comunidade reivindica sua execução para que 120 crianças tenham onde ficar enquanto seus pais trabalham.

Novas moradias aguardam regularização
Cerca de 2 mil famílias aguardam o processo de regularização da área da FASE, no Morro Santa Tereza e que abrange as Vilas Ecológica, Gaúcha, União, Figueira e Padre Caciue. Os moradores obtiveram importante vitória com a derrota do projeto do governo Yeda, que pretendia vender a área. Hoje, eles aguardam o cadastro das famílias, levantamento das áreas ocupadas e elaboração dos projetos de habitação. Segundo o presidente da Associação de Moradores da Vila Gaúcha, **Darci dos Santos**, a comunidade carece de serviços essenciais como luz, água e esgoto. E para isso é preciso que município esteja envolvido, cobrando rapidez para que o processo avance.

Áreas de lazer viram lixão
Crianças e jovens brincam em praças sujas, com equipamentos carentes de manutenção. Faltam espaços para realização de projetos sociais e culturais, o que preocupa **Elizabete**, já que as oficinas culturais são importantes para que os jovens não fiquem nas ruas, suscetíveis a violência e às drogas.

Figura 12 – Relato da visita à Vila Cruzeiro postado no site “Projeto Bairro a Bairro”.
Fonte: site “Projeto Bairro a Bairro”.

Essa precariedade pode ser explicada também pelo descaso do poder público - especialmente municipal - para com a localidade. Embora seja necessário relativizar as críticas, visto que as entrevistadas são filiadas a partidos de oposição, sabemos que a localidade é realmente esquecida, como apontam os relatos delas. Ambas afirmam que nenhum outro candidato ou político tinha visitado a comunidade antes com o propósito de conversar com eles e ouvi-los e que por isso muitas das dificuldades enfrentadas nestes locais estavam longe 'dos olhos' da prefeitura.

Segundo as entrevistadas, a política está muito distante dos cidadãos

São muito poucos políticos que se colocam nessa outra condição de ir visitar, de ir até a comunidade. A comunidade tá acostumada a vir até os gabinetes e não ser atendidos. Se conseguiu ali criar outra característica, uma característica inversa, de ir até as pessoas (BRUNA).

Este é um aspecto interessante e que merece ser considerado, já que se acredita que o sucesso da ação também tem ligação com esta opção estratégica. Geralmente o formato mais usual a ser encontrado em ações que buscam promover a participação disponibiliza um canal e espera que os indivíduos vão atrás, procurando participar. O Bairro a Bairro, no entanto, se propôs a ser diferente e levou a candidata em pessoa até as comunidades para ouvir a população e dar oportunidade para que participassem. Neste caso, o esforço que precisa ser empreendido é menor do que no formato mais usual e a presença da candidata mobiliza as pessoas, visto que nossa política ainda é muito personalista. Além disso, é necessário também enfatizar que o perfil das comunidades atendidas pelo Bairro a Bairro necessitava de uma estratégia com esta, visto que de outras formas provavelmente eles não conseguiriam participar devido às dificuldades encontradas no local.

Acredita-se que este pode ser um dos fatores que contribuem para que Manuela tenha sido bem recebida nos bairros que visitou durante o Bairro a Bairro. Os residentes daquelas localidades finalmente se sentiram importantes para alguém e enxergaram na candidata alguém que podia resolver os problemas deles, porque ainda que não vencesse o próximo pleito era alguém com um cargo político importante e poder de decisão. Desta forma, criou-se uma relação de proximidade da candidata com a comunidade, como bem demonstra Loise em sua entrevista

Na Grande Cruzeiro, as pessoas se mobilizam muito, porque ela (Manuela) é muito querida na região, na Zona Sul. Onde ela mais faz voto é na Zona Sul. Ela é muito bem recebida. As pessoas ficam em volta dela, não deixam nem ela caminhar. É criança, é idoso, todo tipo de pessoa, né. Gostam muito dela (LOISE).

O mesmo fica evidente na fala de Bruna, com o diferencial de que ela fala sobre o processo do Bairro a Bairro de maneira mais ampla, porque, como explicado anteriormente, ela acompanhou o processo de perto não só na Vila Cruzeiro, mas como um todo.

Acabava que cada comunidade ficava um pedacinho nosso e a gente continuava lá, dava retorno (...). no aniversário da Manuela a gente fazia vários aniversários porque várias pessoas queriam fazer parte. Então “Ah, vamos comemorar aqui. Vamos comemorar lá”. Acabava sendo algo que envolvia as pessoas. A gente brincava que o Bairro a Bairro era uma verdadeira família, porque acabava sendo muito maior do que a gente imaginava que ia ser. Acabou que muitas relações, muitas organizações, muitas lideranças surgiram do Bairro a Bairro (BRUNA).

Ela conta, ainda, como o processo ocorria. Segundo ela, em algumas comunidades já havia lideranças comunitárias que eram contatadas previamente para que então pudessem marcar um dia para a visita de Manuela ocorrer e encontrar o melhor local para que as pessoas se reunissem. No entanto, em outras localidades eles não conheciam ninguém e “tinha que ir de porta em porta mesmo e dizer que a Manuela ia estar ali ouvindo a comunidade, distribuindo material”. Pode-se perceber, então, que as visitas eram planejadas previamente e que além de andar pelos bairros para ver de perto as dificuldades enfrentadas pelos moradores – inclusive às vezes indo na casa das pessoas - a candidata também se sentava para ouvi-los.



Figura 13 – Manuela D’Ávila conversando com moradores da Vila Cruzeiro durante o Bairro a Bairro.
Fonte: Flickr de Manuela D’Ávila.

Ainda sobre o abandono de algumas regiões e a falta de preocupação da prefeitura municipal em promover a participação dos indivíduos, Bruna afirma:

Ao meu ver, hoje, o Orçamento Participativo não é mais um instrumento tão participativo, porque tu pega o OP quando ele se inicia, onde as pessoas iam até a plenária, podiam se manifestar e tal e hoje. Hoje as pessoas vão achando que vão falar, mas ninguém mais chega na plenária e se inscreve. São inscritas as pessoas 10 dias antes da plenária, então quer dizer que a comunidade nova, que vai lá, que quer se manifestar e falar do seu problema não consegue. Então, o prefeito sabe quem vai falar com mais de uma semana de antecedência a plenária, então acaba que não é mais tão participativo assim. E até a própria execução das obras é algo absurdo. Tem obra que leva muito tempo e tem obra inclusive que nem é executada (BRUNA).

Apesar disso, ao contrário de Bruna, Loise afirma que ela considera Porto Alegre uma cidade que continua sendo um exemplo de participação, porque existem espaços que dão a possibilidade de que os cidadãos participem. Segundo ela “As pessoas têm oportunidade de participar. (...) Falta um pouco de interesse” (LOISE).

Ainda assim, ambas as entrevistadas participam destes espaços. Quando questionadas se se consideravam pessoas participativas elas responderam positivamente. Loise disse que participa do Fórum Regional do Orçamento Participativo e das Associações Interligadas, que é um grupo que reúne as associações de bairro. Já Bruna relatou participar de mais espaços, como um curso de jovens multiplicadores que promove debates nas escolas sobre temas como drogadição, reserva de vagas em universidades e participação. Além disso, ela destaca sua participação na UAMPA que congrega mais de 500 associações de moradores. Quando fala sobre a inserção da Vila Cruzeiro no processo do Orçamento Participativo, ela afirma que: “Aí inserimos a nossa comunidade no Orçamento Participativo e aí tu começa a se frustrar, porque tu cria expectativa e aí vai vendo que a coisa não é tão participativa assim, não é tão popular assim, não é tão democrática assim” (BRUNA).

No entanto, elas também concordam que a instância política (CHARAUDEAU, 2008) deveria proporcionar mais mecanismos de participação. Bruna acredita que nem sempre existe o interesse dos políticos nisso e que os grupos mais progressistas seriam mais voltados para promover essa participação, ao contrário dos mais conservadores. Já Loise acredita que é de interesse deles, sim, promover essa participação.

Quando questionadas sobre o que poderiam fazer para promover mais participação dos indivíduos na política, Bruna lembra o Gabinete Itinerante - projeto anterior de Manuela – e aponta o próprio Bairro a Bairro como um mecanismo interessante, destacando que é necessário criar fóruns de discussão. Ela ainda lembra que em Porto Alegre existe o Conselho Municipal da Cidade que é uma iniciativa de diversos movimentos sociais e tem como objetivo defender a cidade. No entanto, segundo ela, a prefeitura não reconhece o Conselho porque isso geraria “mais demanda e mais organização da própria prefeitura que hoje perde

muito recurso em Porto Alegre” (BRUNA). Com opinião semelhante, Loise destaca que acredita que seja necessário

Montar uma base em cada região o ano todo. Independente de ter ganho ou não ter ganho, onde ele foi mais votado. As pessoas que querem falar com o candidato não tem que marcar uma hora na Câmara ou na Assembleia e esperar meses pra falar com o candidato. A pessoa ia lá e dizia “preciso falar com o candidato”, agendava e resolveria a questão pra pessoa (LOISE).

Ambas foram unânimes em destacar que, para elas, o Bairro a Bairro cumpriu com seu propósito e foi além do que era esperado – ou seja, construir o plano de governo da candidata -, deixando um legado importante para as comunidades visitadas. Bruna ressalta que “a gente falava pras pessoas que não era algo fácil, que a Manuela não ia chegar ali e fazer mágica, mas que junto a gente podia tentar resolver”, por isso a importância da construção deste plano de governo, da organização das comunidades da relação criada entre o partido e os moradores locais.

Bruna e Loise destacam que as contribuições feitas pelos participantes entraram no plano de governo. “Era muito engraçado porque o pessoal olhava o plano de governo e dizia: ‘Isso fui eu que falei’. O pessoal se identificava. (...). Tu te sentia parte, tu sentia que teu rosto tava ali” (BRUNA).

Além disso, ambas destacam o processo de organização que o Bairro a Bairro propiciou para as comunidades visitadas.

A gente começou a organizar esses grupos, organizando associações de moradores, levando pro orçamento participativo, enfim, cumprindo todos os passos para que essa comunidade também fosse atendida pelo poder público que muitas vezes nem conhecia e nem sabia que ela existia (BRUNA).

Esse aspecto perpassa praticamente toda a entrevista de Bruna, o que deixa claro que a campanha também tinha uma preocupação de “empoderar” estes indivíduos para que eles fossem capazes de se organizar e assim saírem da invisibilidade perante o poder público. Ela faz questão de destacar que o Bairro a Bairro era “Muito pra além da eleição. Muito pra além daquele momento. O que vimos foi uma necessidade de dar retorno, é que se não desse a eleição que se deixasse um legado, e o legado era o processo de organização que ficaria mesmo pra depois da eleição”.

Muitas associações foram organizadas fruto desse processo. O Jardim Marabá foi um deles. (...). Então, vários grupos que se organizam e que inclusive não vieram pro PCdoB, não ficaram dentro da nossa organização, mas que se organizaram a partir do Bairro a Bairro, que sentiram uma necessidade maior de se organizar (BRUNA).

Destaca-se aqui a questão de que os grupos organizados a partir do Bairro a Bairro não necessariamente filiaram-se ao partido, mas foram capazes de se organizar para em um momento seguinte serem capazes de atuar sozinhos e reivindicar suas demandas frente ao poder público.

Embora do Bairro a Bairro tenham surgido resultados concretos, como será abordado a seguir, Bruna acredita que o principal legado foi este processo de organização. Quando questionada sobre isso, ela relata inclusive o descrédito que a população tem com a política, como mostram as pesquisas trazidas na introdução desta dissertação, e afirma que

Acho que o processo de organização que a gente conseguiu. Eu acho que o principal legado foi fazer as comunidades entenderem que era importante se organizar e que a organização de fato trazia efeito e as pessoas não acreditavam nisso. A gente teve que trabalhar muito para que as pessoas acreditassem. A gente chegou num processo desacreditado. As pessoas não acreditavam (BRUNA).

É importante ressaltar, também, até diante do referencial teórico abordado anteriormente, que afirma que os indivíduos participam pouco por que não veem resultado prático de sua participação, que o Bairro a Bairro deixou na Cruzeiro um importante legado concreto: a tão sonhada creche, além de outras obras menores, mas que também impactam diretamente a vida dos moradores.

Segundo Bruna, a visita gerava nos moradores “uma expectativa no sentido de dar conta dessas coisas, de solucionar esses problemas que eram muitos, né? Eram diversos. A gente acabou vendo que as mazelas são muito maiores do que a gente imaginava, né?”. Ela complementa dizendo que os moradores inclusive ligavam para ela procurando se informar de como estava o andamento das demandas apontadas por eles.

Ainda que durante a visita a candidata não tenha prometido nada, a comunidade foi contemplada com uma emenda parlamentar de Manuela⁶³, que destinava 1 milhão de reais para a construção de uma escola de educação infantil para 200 crianças. Esta era apontada pelos moradores como a maior necessidade da Vila Cruzeiro. Loise afirma que o Bairro a Bairro “Teve resultado porque ela até conseguiu verba pra uma creche” (LOISE). Bruna complementa “Nós, por exemplo, conseguimos a nossa creche. (...). A Manuela mandou uma emenda de um milhão pra construir a escola em uma articulação com o município” (BRUNA).

As outras obras, segundo Bruna, são resultado de movimentação da prefeitura que resolveu reagir diante da presença de Manuela nas comunidades.

⁶³ Mais informações em http://www2.portoalegre.rs.gov.br/cs/default.php?reg=120264&p_secao=3&di=2009-12-22. Acesso em: 09/01/2014.

Nós passávamos no Bairro a Bairro discutindo, conversando... Nós identificávamos os problemas. Lançávamos no programa de TV, e no dia seguinte a prefeitura tava correndo pra sanar essas dificuldades, então assim, esse legado claro que ficou pra comunidade. Porque inclusive, era muito engraçado, porque a comunidade participativa em massa porque sabia que tudo que era discutido ali quando fosse pra TV ou quando o prefeito soubesse que a Manuela tava ali eles iam correr pra solucionar justamente pra não ter argumento, né? (BRUNA).

Este aspecto levantado por Bruna deixa explícito que, embora o Bairro a Bairro tenha ultrapassado muito a questão de ser apenas uma estratégia de campanha eleitoral, é necessário também compreender a importância deste contexto, por que provavelmente se Manuela não fosse uma adversária de Fortunati no pleito que estava próximo, a resposta da prefeitura não teria sido tão imediata.

Após compreender como se deu o Bairro a Bairro na Vila Cruzeiro, utilizam-se as entrevistas e o relato da observação realizada no Jardim Marabá para entender como foi o processo nesta outra comunidade visitada.

b) Jardim Marabá:

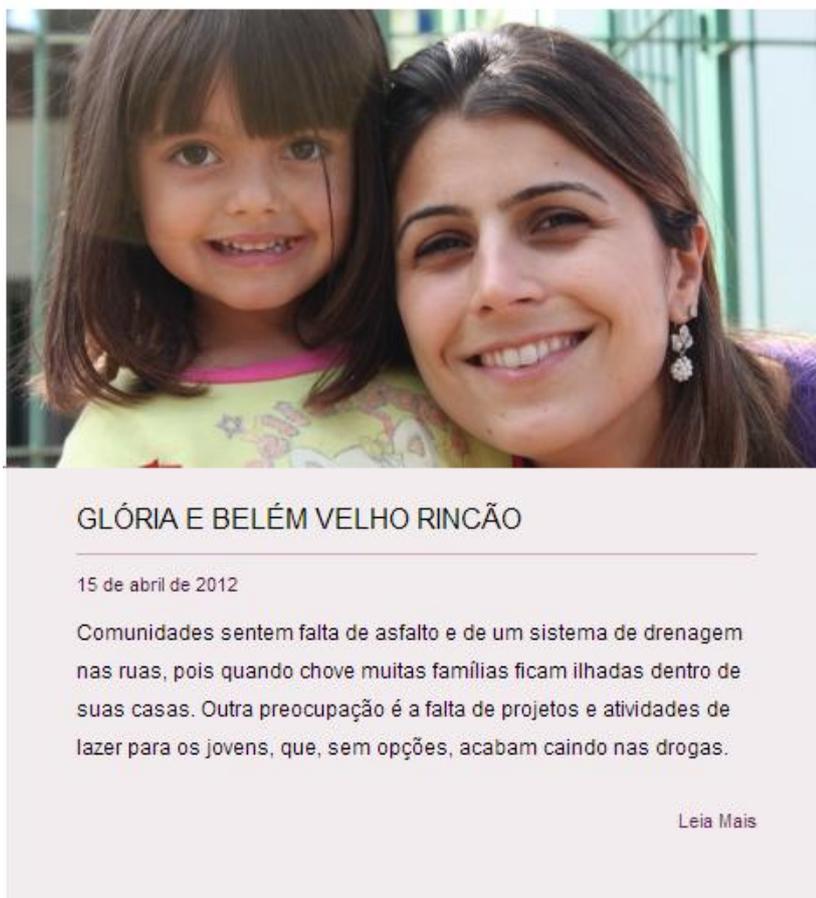


Figura 14 – Fragmento do “Projeto Bairro a Bairro” sobre a visita ao Bairro Glória.
Fonte: Site “Projeto Bairro a Bairro”.

O *print screen* do site “Projeto Bairro a Bairro” mostra que a visita ao Bairro Glória, onde fica a comunidade Jardim Marabá, foi em 15 de abril. Como já falado anteriormente, esta visita ocorreu no mesmo dia em que outras comunidades receberam a candidata. O relato realizado no “Projeto Bairro a Bairro” engloba os Bairros Glória e Belém Velho Rincão, mas a análise se delimitará à comunidade Jardim Marabá, por ter sido a localidade onde foi realizada a observação e as entrevistas com os participantes. Conforme mencionado anteriormente, em abril o projeto já estava mais ou menos na metade, então supõe-se que já existia alguma experiência acumulada.

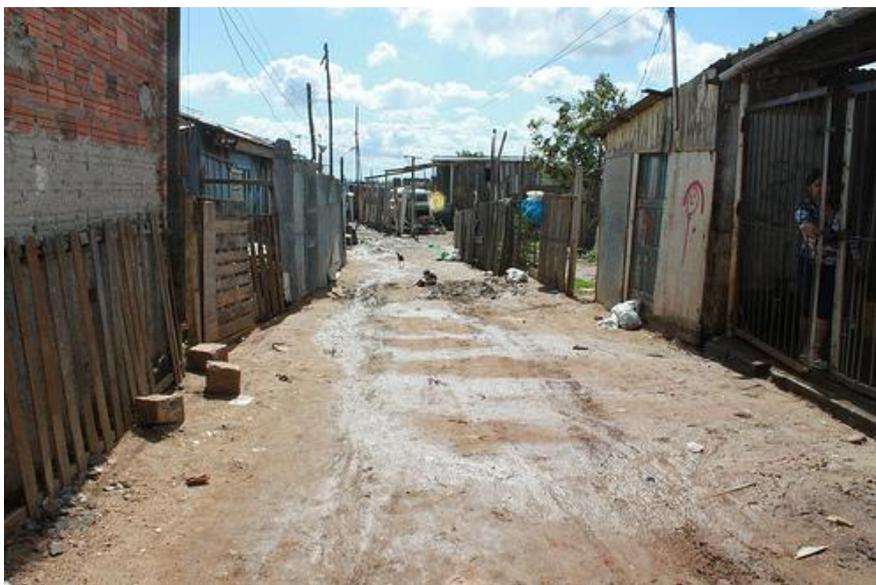


Figura 15 – Rua na comunidade Jardim Marabá, no Bairro Glória.
Fonte: Flickr de Manuela D’Ávila.



Figura 16 – Crianças na comunidade Jardim Marabá, no Bairro Glória.
Fonte: Flickr de Manuela D’Ávila.

Como relataram os moradores do local, a Vila Jardim Marabá teve início no final do ano de 1999, com a ocupação de uma área de propriedade da Massa Falida Marsiaj Oliveira Incorporações Imobiliárias Ltda., que estava ociosa há mais de vinte anos. O site da cooperativa habitacional Jardim Marabá (COOHABIJAM)⁶⁴, complementa estes dados relatando a luta enfrentada desde 2000, quando o acréscimo de famílias habitando o local originou, por parte dos proprietários, um processo de reintegração de posse. Desde então a área segue irregular, o que resulta em inúmeros problemas.

Sem a regularização da área os moradores não têm acesso à luz e nem água, pois o poder público alega que não pode abastecer a região, porque a reintegração de posse pode ser executada a qualquer momento. Esse é o principal problema da comunidade e perpassa toda a fala dos nossos três entrevistados, que apresentaremos a seguir.

André tem 38 anos e é comerciante. Ele possui um bar na comunidade e é uma figura bastante conhecida e querida pelos moradores, como ele mesmo afirma: “Eu to sempre falando com o pessoal, dando um conselho, principalmente pra gurizada, que eu me dou muito bem com a galera. Com a lancheria o pessoal vem todo aqui. E antes da lancheria eu me dava também. Até eu era mais participativo antes do que agora”. Em relação à campanha de Manuela ele se define como apoiador, afirmando que para se considerar militante precisaria ter uma atuação maior na campanha. André também tem uma boa relação com Regina, a Presidenta da Associação de Moradores do Jardim Marabá. Frequentemente ele participa das atividades e também dá conselhos à Regina, mesmo não fazendo parte da diretoria da Associação.

O segundo entrevistado é Edson, mais conhecido como Seu Tibúrcio. Ele não quis dizer sua idade, mas afirmou estar na casa dos 70 anos. Conforme o próprio, ele se criou no Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), que é seu “partido de raiz” desde criança. No entanto, ele afirma que hoje em dia não vota mais em partidos políticos, mas sim em pessoas, porque o importante hoje é chegar e analisar os políticos. “Mas aquela época é uma época. Agora é completamente diferente. Hoje, por exemplo, eu sou um camarada que eu não voto em partido político. Eu voto é na pessoa, no homem ou na mulher”. Edson trabalha na Prefeitura Municipal, sendo um dos responsáveis pelo Orçamento Participativo: “Eu participo do Orçamento Participativo pela Prefeitura Municipal. Minha função é essa. É trabalhar com as comunidades e defender todos aqueles que necessitam e precisam”. Assim, ele afirma que participou da campanha de Manuela como convidado, uma vez que o PTB é um partido da

⁶⁴ <http://coohabijam.wordpress.com/coohabijam/>. Acesso em: 02/01/2013.

base aliada do governo municipal e que estava na coligação de Fortunati. “Bom, eu no início até da campanha da Manuela eu ajudei eles a fazer alguma coisa, mas depois... Eu não podia fazer nada porque sou do próprio governo. Eu tenho que trabalhar pro governo, entendeu? Eu fazia, como faço e vou continuar fazendo parte do governo”.

Por fim, a última entrevistada é Regina de 42 anos, mais conhecida na comunidade como Regininha. Presidenta da Associação de Moradores do Jardim Marabá, Regina já foi filiada ao Partido Popular Socialista (PPS), mas com o Bairro a Bairro aproximou-se do PCdoB e hoje é filiada ao partido. “Pra mim como militante – antes eu não era militante, mas agora eu sou -, como Regina, eu me sinto privilegiada e muito orgulhosa de ser do partido PCdoB, por lutar, correr atrás e conseguir as coisas”.

Além da realização destas três entrevistas, a pesquisadora também fez uma observação na comunidade. Embora os moradores sempre tenham nos recebido bem, havia uma dificuldade em conseguir as entrevistas. Eles não se negavam a conversar, pelo contrário, falavam sobre a vila e sobre o Bairro a Bairro, mas não queriam ser entrevistados. Por isso, optou-se pela realização de uma observação, o que faz com que muitas das informações tenham sido conseguidas em conversas informais.

Como mencionado anteriormente, as falas dos entrevistados corroboram com as fotografias e com a observação. A situação no Jardim Marabá, pelo que se tem nos relatos, é ainda mais crítica do que na Vila Cruzeiro, visto que no Jardim Marabá os moradores não têm acesso nem aos recursos mais básicos, como água, luz e saneamento. Pode-se dizer que a situação no local beira a falta de dignidade humana, como bem aponta André. O comerciante conta que diante destas dificuldades ele juntou aproximadamente 4 mil reais para trocar os fios da linha elétrica nos postes.

Aí as vizinhas vieram aqui e falaram: “André tu não acredita que faz tanto tempo que eu não tomo um banho quente. Tô tomando um banho quente agora”. “André eu consigo ver a novela, não preciso mais ir no meu vizinho”. Cara, isso aí pra mim eu não acreditava. Muda a vida das pessoas, né? “André, agora eu posso comprar uma carne e deixar na geladeira”. A gente escutar isso aí, bah... Eu tinha pra mim que toda vida eles ‘tavam’ assistindo TV (ANDRÉ).

O relato do entrevistado apresenta as conseqüências da falta de luz na comunidade. Ele reflete, inclusive, sobre como a energia elétrica muda a vida das pessoas a partir do momento em que elas passam ter acesso a isso. Há relato, também, de uma mãe cujo filho precisa de medicação que deve ser mantida refrigerada, e como as condições precárias de

eletricidade dificultam isso. No entanto, apesar das melhorias realizadas o sistema ainda é precário, pois pequenas quedas de luz são recorrentes ali.

Além de todas as dificuldades cotidianas, a falta de condições mínimas para uma vida decente resulta em uma baixa-estima dos moradores, especialmente as crianças e adolescentes. “Vários assim agora tu vê que tem uma casinha melhor, mas eles ainda sentem aqueles negócios de favelado” (ANDRÉ). Segundo os entrevistados, 90% dos moradores da comunidade são gente trabalhadora e que já conseguiram subir de nível de vida desde que passaram a morar no Jardim Marabá. Alguns já fizeram pequenas melhorias nas casas e até compraram carros, entretanto ao chegar em casa se deparam com falta de luz e um esgoto a céu aberto na porta e, por isso, as crianças deixam de convidar os amigos para frequentar a sua casa. Entre todos os entrevistados e também os moradores conhecidos na observação esse aspecto era unânime.

Além disso, havia uma indignação dos moradores para com alguns políticos e o poder público, provavelmente devido às condições precárias de vida à que são expostos cotidianamente e que da mesma forma são solenemente ignoradas por grande parte dos agentes da instância política. Essa indignação também gera desilusão, que fica evidente em alguns moradores que se mostravam mais arredios quando percebiam que a pesquisadora estava ali para falar sobre política.

Regina, inclusive, argumenta que não sabe se participaria de uma iniciativa como o Bairro a Bairro se ela fosse de outro candidato, “porque todos os candidatos que tiveram aqui anteriormente tiveram só na época de eleição, prometendo pra comunidade, querendo dar galeto, querendo bem dizer matar a fome da comunidade, mas na verdade nenhum veio oferecer o trabalho” (REGINA). Neste sentido, André também se mostra indignado com estas práticas que parecem ser recorrentes lá. Isso fica evidente quando ele reclama de alguém ligado à prefeitura que disse que eles não tinham do que reclamar porque a situação ali havia melhorado muito: “Se esgoto a céu aberto e casa pegando fogo é melhoria... Só porque nós somos negros e pobres? Isso aí não é melhoria. Melhoria vai ser o dia que botar um asfalto e esgoto. Não vem com esse papo. Bah, me indignei com o cara. Só porque a gente é pobre? Melhoria isso aqui?” (ANDRÉ). Ele cita também o caso de um candidato que foi pedir votos e disse que depois da eleição faria o asfalto na comunidade. André diz ter retrucado falando que se não dava para colocar o asfalto antes, também não dava para votar nele. Isso evidencia, também, que aliada ao desconhecimento que grande parte da população tem sobre política e legislação, a desilusão faz com que a população ignore solenemente os trâmites burocráticos para execução de obras.

A imagem a seguir (figura 17) apresenta o relato da visita aos bairros Glória e Belém Velho que foram reproduzidos no site “Projeto Bairro a Bairro”. Além de corroborar as informações sobre as necessidades da comunidade também é possível observar, a partir do relato, que o entrevistado André Nunes participou do Bairro a Bairro e se manifestou na oportunidade. Também observou-se que, na época, a presidência da Associação de Moradores era outra. Como é possível perceber, os problemas, em geral, têm relação com a falta de regularização da área.

Tweeter
Curtir

15 de abril de 2012

Em mais uma edição do projeto **Bairro a Bairro**, lideranças do PCdoB e o PSB, a Deputada Federal Manuela d’Ávila e o Deputado Estadual Raul Carrion, estiveram nas comunidades de Jardim Marabá e Sertão II e ouviram as necessidades dos que vivem na região. Da visita foram levantados os seguintes problemas:

Água encana e esgoto captado

Ter água encanada e o esgoto captado é um direito de qualquer cidadão. Mas não para os da Vila Marabá, na Glória, e Sertão II, no Belém Velho Rincão. A situação é precária para as cerca de 5 mil pessoas que moram nessas regiões. O esgoto é a céu aberto, não há água encanada, asfalto, luz elétrica e coleta de lixo – condições básicas para qualquer cidadão. “Moramos perto do Centro e não somos assistidos”, lamenta a comunidade. **O povo fala**

A falta de asfalto e de um sistema de drenagem prejudica as cerca de 130 famílias do Sertão II, no Rincão Belém Velho. “Quando chove a situação fica pior. Não tem asfalto e a umidade é grande. A criançada vive doente no inverno”, relatou **Ricardo Tes**. Cansados de esperar pelo poder público, os próprios moradores abriram valetas para o escoamento da água.

É preciso atitude e mudança

O Brasil vive há quase uma década um período de crescimento que não se traduz na sua plenitude em Porto Alegre. Nossa cidade sofre com a falta de cuidados e de serviços básicos, como saúde, saneamento, habitação e educação. Somos uma cidade que carece de uma gestão pública moderna e eficiente. “A Prefeitura não nos orienta e nem nos auxilia no processo de regularização. Só diz que não temos direito a nada”, lamentou o morador do Jardim Marabá **André Nunes**. Os moradores lutam para que a área seja ao menos declarada de interesse social.

Lazer e o medo das drogas

As crianças e os jovens das regiões não dispõem de espaços e opções de lazer e cultura. Presidente da Associação de Moradores Jardim Marabá, **Jair Adelar** relatou que a entidade já tentou implantar oficinas e cursos para os jovens, mas não foi permitido por se tratar de área não regularizada. “Não tem nada para os jovens. Se tivéssemos opções de lazer, cursos e educação, poderíamos evitar que eles ficassem nas esquinas, vulneráveis ao consumo de drogas”, lamentou um morador.

Coleta de lixo capenga

Assim como acontece em vários pontos de Porto Alegre, na Marabá e Sertão II, os moradores reclamam da falha na coleta do lixo, do excesso de lixo acumulado e da sujeira que isso provoca. Sem falar nos problemas de saúde que a ausência de uma coleta eficaz pode trazer.

O povo quer saber Quando os moradores do Marabá e Sertão II deixarão de conviver com o esgoto a céu aberto?

Iniciativa que dá esperança

No começo, o Centro Social Antônio Gianelli era pequeno, como se fosse uma creche. As crianças iam passar o dia lá, enquanto seus pais trabalhavam. Desde o início foi um projeto muito organizado e sério, que foi crescendo cada vez mais. Hoje ele realiza 300 atendimentos voltados à educação de crianças, adolescentes e famílias na comunidade do Sertão I e II e Loteamento Mariante, possibilitando ações voltadas à promoção humana, à inclusão social e ao exercício da cidadania. São três salas de educação infantil, trabalho educativo e educação profissionalizante, como informática e inglês. Dirigido pela Irmã Raquel Pena Pinto, o centro também conta com uma cozinha comunitária, que atende 10 famílias em situação de vulnerabilidade.

Figura 17 – Relato da visita ao Bairro Glória postado no “Projeto Bairro a Bairro”.
Fonte: Site “Projeto Bairro a Bairro”.

Os entrevistados também demonstram, por meio de suas falas, que viam em Manuela e no PCdoB uma possibilidade de mudança dessa realidade, ou pelo menos, de alguém que olhasse para eles e os tirasse da invisibilidade. Segundo André, “Ela é bem periferia mesmo, né cara? Isso aí que foi o diferencial”. Ele complementa dizendo que a campanha dela foi bem voltada para as periferias, inclusive no horário eleitoral gratuito e que isso pode inclusive ter prejudicado a candidata. Edson concorda: “É! A Manuela procurou fazer isso aí que o André ta dizendo, mesmo. Eu fui um que acompanhei mesmo. Como convidado, não como militante”. O diferencial, segundo eles, foi esse

Muitos candidatos a prefeito não querem saber, participar. E foi esse agrado que a gente teve com a Manuela. Ela queria saber pessoalmente. Antes, bem antes de começar tudo. Planejar alguma coisa pro governo dela, por isso que eu achei que se ela tivesse nós teríamos um respaldo melhor, porque ela tinha botado como prioridade a nossa vila, também. Pô, a Manuela colocou nós como uma prioridade dela pra nos dar uma força (ANDRÉ).

André ainda faz questão de enfatizar que a candidata esteve ali pessoalmente, o que remete novamente à questão da personalização da política, que também fica evidente na fala de Regina “eu to com um bom tempo de militância política. Até o momento eu não tinha visto nenhum candidato fazer um Bairro a Bairro que viesse até sua comunidade, a sua base, pra ver as dificuldades” (REGINA).

Além de estar no bairro, a candidata se dispõe a andar pela localidade para que os moradores mostrem para ela os problemas do local. André relata, entre risadas, como Manuela andou pelo Jardim Marabá. “Isso aí não é nem questão de partido político. Isso aí é uma questão da pessoa. De ser bacana. Ir lá visitar, não ter medo de andar no barro. Até vou te contar uma história... ela tava subindo ali passou um ratão na frente dela (...) ela deu um salto, mas seguiu firme” (ANDRÉ). Pelo tom do entrevistado fica evidente que este tipo de atitude teve importância para os moradores, porque aproximou a candidata deles, reduzindo aquele distanciamento que existe entre o político de terno nos seus gabinetes e o político na rua, pisando naquele mesmo barro que eles pisam no seu dia a dia.



Figura 18 – Manuela andando na comunidade durante o Bairro a Bairro no Jardim Marabá.
Fonte: Flickr de Manuela D’Ávila

Esse diferencial acaba fazendo com que Manuela seja bem recebida nos locais e que gere uma identificação com os moradores. É importante ressaltar, também, que segundo o relato dos entrevistados – e de moradores que não concederam entrevista – o PCdoB já tinha uma atuação no local. “A gente já conhecia o partido PCdoB através do Deputado Carrion. Em 2007 ele veio e nos apoiou e graças a ele e o partido PCdoB nós estamos aqui nessa terra agora, né. Então só foi fortalecendo nosso vínculo com o PCdoB” (REGINA). Edson, mesmo sendo de outro partido, corrobora a fala de Regina: “O Carrion eu já cansei de falar. Inclusive do próprio partido, o PCdoB. Todos os candidatos... É o melhor partido político que poderia nos ajudar a resolver muitas coisas aqui dentro da nossa comunidade” (EDSON). Segundo ele, o PMDB não tem interesse em periferias e nunca vai ter, e partidos como PTB e PDT só se interessam se forem muito pressionados, mas o PCdoB naturalmente apóia essas comunidades.

Edson ainda diz que “os políticos a gente conhece eles na realidade é quando eles vem visitar a comunidade e lutar pelo que a gente precisa. Esses são os bons políticos” (EDSON). Sobre Manuela, Regina corrobora a fala dos outros entrevistados quando diz que “todo mundo conhece ela, que é uma mulher que é batalhadora, desde que era vereadora, então a comunidade ficou muito ansiosa (se referindo à visita)” (REGINA).

Além do momento em que Manuela andou pela comunidade, ela também participou de uma roda de conversas na sede da Associação de Moradores do Jardim Marabá. Assim como na figura 18 era possível ver Regina, na figura 19 podemos ver ela e André.



Figura 19 – Manuela e Carrion em roda de conversa no Jardim Marabá.
Fonte: Flickr de Manuela D'Ávila.

Os participantes nos relataram que a conversa ocorreu livremente, sem interferências e que em momento nenhum Manuela procurou se apresentar como candidata ou falar de suas propostas, mas sim ouvir a comunidade. Isso fica explícito na fala de André

A primeira palavra dela foi exatamente isso: “Oh, o que que vocês precisam? O que que vocês querem?” Isso foi o que ela disse. Ela não falou, ela veio pra escutar e saber qual era o problema da comunidade. Ela não veio pra dar proposta sem saber. Ela disse: “Eu não sei”. Ela falou né? (Se dirigindo a Edson, que confirmam). Ela disse: “Qual o problema de vocês?” Aí começou o André a falar sem parar. (Risos). (ANDRÉ).

Os moradores dizem sentir falta de mais oportunidades de participar, mas ainda assim acreditam que quando elas aparecem eles procuram aproveitá-las. Talvez por isso o Bairro a Bairro tenha funcionado tão bem no Jardim Marabá. Eles relatam que costumam participar do Orçamento Participativo e de audiências públicas, na grande maioria das vezes tentando regularizar a situação da comunidade, mas que há alguns anos o processo está estagnado.

Edson e Regina acreditam que a instância política não tenha interesse em promover a participação, enquanto André tem uma visão um pouco diferente. “É do interesse. Tem que ser, né? (...) Mas é difícil falar de todos. Eu falo da Manuela. É como eu te disse, a Manuela quer que nós participemos, os outros eu não sei” (ANDRÉ).

André não costuma participar do Orçamento Participativo, mas Regina e Edson sim. Segundo Regina, “a gente encontra algumas barreiras, mas a gente tenta quebrar essas barreiras pra poder participar”. Essas dificuldades ficam bem claras na fala de Edson que conhece o processo de dentro.

Infelizmente hoje em dia pra gente obter algum êxito tem que chegar em massa, com o pessoal todo e fazer os pedidos. E cada vez eles dificultam mais a nossa trajetória. Por exemplo, esse ano mudou o ciclo da prefeitura. Ano passado era um, esse ano já é o outro. Um novo ciclo. Já mudou tudo. Então a gente tem que se organizar novamente e começar a ir pelas diretrizes deles. Se não ir pelas diretrizes deles ninguém arruma nada. Então esse ano ta bem mais difícil da gente arrumar alguma coisa. Por que aqui no caso, a nossa comunidade aqui, vocês já deram uma volta conhecem bem. (...) Isso aqui já foi bem pior, hoje ta melhor. Mas alguma coisa que houve aqui foi a própria comunidade que se reuniu pra fazer, ta aqui o André que sabe disso. Agora se a gente esperar pelo governo sabe o que que vai acontecer? Dificilmente se nós não se organizar e ir pegar e apresentar nossas demandas. (...) Nada é feito. Hoje em dia governo é isso aí. Se a gente não fizer pressão contra o governo... (EDSON).

É importante trazer a fala de alguém que conhece o OP de dentro para corroborar com o que disseram os outros entrevistados. Segundo eles, o OP já não é mais tão participativo como era quando surgiu. Por isso, questionamos os entrevistados sobre quais poderiam ser as medidas tomadas pelo poder público para ampliar a participação. André e Edson foram um tanto quanto evasivos para responder esta questão, já Regina disse

Acho que o povo brasileiro iria participar mais se tivesse mais verdade na política, né? Agora a gente tá vendo muitas coisas erradas dos políticos, então o povo tá querendo desacreditar no Brasil, então a gente não pode deixar acontecer isso, né? Se o povo chegar ao ponto de dizer “Ah, eles tão só roubando, não vale a pena o nosso voto e o nosso trabalho” aí fica complicado. Porque antigamente era assim, né?! Era a militância de um lado e a ditadura de outro, então agora a gente não pode deixar. Por isso que o povo tá indo pras ruas lutar, querer seus direitos e mostrar que nós somos todos unidos (REGINA).

Ela acredita também que a falta de respostas para a participação das pessoas inibe-as. Acha que se as promessas fossem cumpridas e as demandas fossem atendidas os indivíduos se sentiriam mais impelidos a continuar participando.

Neste sentido eles acreditam que o Bairro a Bairro cumpriu com sua função, porque as contribuições foram colocadas no plano de governo da candidata, como aponta Regina quando questionada a respeito “Entrou. Entrou. Pra nós seria bom se ela tivesse sido eleita, porque aí seria tudo mais rápido, mais fácil pra nós porque ela saberia nossos problemas” (REGINA). Mas, mais importante que isso, eles se sentiram vistos. “Apareceu na TV nossos problemas. Apareceu! Foi um dos motivos que nós gostamos” (ANDRÉ).

No entanto, é consenso que o maior legado que o Bairro a Bairro deixou foi o processo de organização da comunidade, que posteriormente resultou na melhoria de questões cruciais para o Jardim Marabá. Segundo Regina, “o Bairro a Bairro nos incentivou batalhar e correr atrás dos nossos objetivos” (REGINA). Já André faz um relato um pouco mais aprofundado sobre a questão e sobre como o Bairro a Bairro modificou a relação entre os moradores.

No fim acabou servindo foi para unir mais nós aqui. Nós tinha um problema que nós era meio desunido, né? E a Manuela, na época, a gente fez uma campanha pra ela no máximo que a gente pode. E a gente se juntou, né? Até algumas pessoas que não se davam acabaram se dando. Foi bem legal. A associação foi um chute legal pra associação, porque ela teve mais visão lá fora até, pela questão do partido, né? A associação ali agora ta começando a andar, graças a Deus. E a Regina que é nossa presidente aqui teve uma visão maior (...) teve muita fé, mas teve mais participação da comunidade, né? E agora nós queremos continuar. Continuar, se Deus quiser (ANDRÉ).

Essa organização resultante do Bairro a Bairro trouxe melhorias concretas para a comunidade. Na primeira visita da pesquisadora à comunidade haviam sido entrevistados André e Edson e eles afirmaram que através do PCdoB haviam conseguido agendar uma reunião com o promotor do Ministério Público⁶⁵ para que a luz fosse colocada na comunidade.

A: Agora esse lance aí que conseguiram pra nós, pra luz. (...) Era o que nós mais precisamos. Conseguiram agora ter reunião e tudo. Não é uma coisa garantida, mas quando vê ta a luz aí.

G: E é uma coisa que veio em decorrência do Bairro a Bairro?

A: Do Bairro a Bairro, é.

A segunda visita ao Jardim Marabá foi em 13 de outubro de 2013 e, segundo Regina, nesta data haviam sido feitos mais alguns encaminhamentos com relação às demandas da comunidade. Mais uma reunião havia sido realizada para tratar das questões da regularização fundiária e houve avanços⁶⁶. Na semana seguinte seria realizada uma nova audiência na qual os responsáveis pela massa falida que é a dona do terreno que a comunidade ocupa dariam a resposta definitiva sobre a questão da colocação de luz e água no terreno e procurariam chegar a um consenso para resolver a questão da regularização fundiária.

⁶⁵ Mais informações em <http://www.mprs.mp.br/urbanistico/noticias/id33104.htm>. Acesso em 09/01/2014.

⁶⁶ Mais informações em: http://www2.portoalegre.rs.gov.br/demhab/default.php?p_noticia=164196&AVANCAM+AS+NEGOCIACOES+PARA+REGULARIZACAO+DO+JARDIM+MARABA. Acesso em: 09/01/2014.

G: Vocês conseguiram ver resultados práticos dessa participação?

R: Sim. A luz e a água que nós temos agora.

G: E tu poderia então me relatar?

R: Através do Deputado Estadual Carrion, da vereadora Jussara Cony chegamos aonde nós estamos. Agora a gente tem a água e a luz através deles, né. Lutando junto com eles fomos até onde nós deveríamos ir, que eles nos levaram além do que a gente poderia ir, então junto a eles, graças a esses dois nós temos água e luz hoje na comunidade.

G: E como eles ficaram sabendo das necessidades de vocês?

R: A partir do Bairro a Bairro (REGINA).

A partir da observação feita no local, dos documentos coletados e das entrevistas realizadas, é inegável que a participação teve efeitos positivos no Jardim Marabá, mas que isso também se deu porque houve uma vontade do poder público em dar resposta para as demandas levantadas. Isto é muito importante, pois conforme os próprios entrevistados e também o referencial teórico adotado, não frustrar as expectativas dos participantes é importante em um processo participativo, especialmente no que tange à educação e à criação de uma cultura política.

Após o relatório e a descrição das atividades do Bairro a Bairro nos Bairros Cruzeiro e Glória – localidade Jardim Marabá – acredita-se que é importante fazer uma análise mais ampla, compreendendo a estratégia como um todo e relacionando os resultados alcançados em cada um dos bairros. Para isso também será feito o tensionamento com o referencial teórico apresentados nos dois primeiros capítulos desta dissertação.

A sistematização que Pateman (1992) faz das teorias da democracia participativa nos aponta principalmente para três pontos que merecem ser examinados ao estudar o Bairro a Bairro. O primeiro deles é o que diz respeito ao entendimento de que a participação efetiva ocorre a nível local e em outras esferas, que não necessariamente as governamentais. Acredita-se que o Bairro a Bairro corrobora esta afirmação. Os resultados foram positivos e efetivos e a participação se deu em instâncias que não necessariamente eram governamentais, como a Associação de Bairro, embora tenham contado com o auxílio de agentes da “instância política” (CHARAUDEAU, 2008) como deputados e vereadores, o que fica claro em nossa análise. Ainda, o fato de cada bairro se organizar localmente mostrou ser um fator positivo. Os moradores se sentiam mais a vontade para participar, porque se conheciam e também porque tinham repertórios culturais e condições sociais semelhantes, fazendo com que não se sentissem intimidados. Eles comentam que não é o mesmo que ocorre em outros momentos como no Orçamento Participativo ou em audiências públicas. Ainda, os únicos “estranhos” a eles procuravam criar uma identificação com as comunidades e mostrar que as dificuldades

dos locais não eram empecilhos, pelo contrário, eram a motivação para buscar fazer algo pelos moradores e melhorar as condições de vida no local.

O segundo ponto trazido por Pateman (1992) diz respeito à função educativa da participação. Este aspecto também funcionou muito bem no Bairro a Bairro e foi percebido não só pelos responsáveis pela campanha, mas também pelos participantes. Isto foi destacado especialmente no Jardim Marabá, onde se criou um início de cultura participativa. Como relatado, a Associação de Moradores se reestruturou com auxílio do PCdoB e hoje consegue se organizar e atuar por conta própria. Os moradores, antes desacreditados, voltaram a perceber a importância da organização e da participação, o que refletiu na auto-estima deles. Essa mudança é reflexo também das melhorias conquistadas na comunidade pós Bairro a Bairro, já que a situação que era crítica melhorou um pouco. O Jardim Marabá pretende continuar lutando por melhorias se fazendo presente nas mais variadas instâncias participativas que o município oferece como o OP e as audiências públicas.

O terceiro aspecto mencionado em Pateman (1992) e que acredita-se merecer destaque é a questão da função integrativa que a participação proporciona. Esta função integrativa diz respeito a aceitar as decisões tomadas pela coletividade, ainda que elas não sejam as que o indivíduo considerasse mais adequadas. Pela natureza da estratégia, segundo relatos, não houve muitas divergências, mas os indivíduos – tanto na Cruzeiro como no Jardim Marabá – mostraram-se unidos e compreenderam que era preciso focar nas necessidades mais urgentes para conquistar as melhorias pretendidas. É o que se evidencia principalmente na Vila Cruzeiro, onde a prioridade era a construção de uma creche, algo mais específico do que as prioridades do Jardim Marabá e que talvez por isso não fosse a primeira opção de toda a comunidade, mas ainda assim os moradores se uniram.

Gomes (2011) afirma que o fim pretendido estaria depois da participação, visto que muitas vezes ela só é valorizada por quem participa se trouxer benefícios privados. Embora não esteja totalmente em consonância com o que Pateman (1992) traz, acredita-se que são aspectos complementares. Como se pôde observar, os indivíduos só se sentem motivados a participar, ou seja, são educados para uma cultura participativa a partir do momento em que percebem que podem se beneficiar da participação dispendida. Assim, como o Bairro a Bairro trouxe resultados reais nas duas comunidades estudadas, os moradores sentiram a necessidade de se organizar para continuar buscando novas melhorias. Então, os resultados também educam e é nesse sentido que, como afirma o autor, o poder público precisa se organizar para dar encaminhamentos à participação popular, evitando assim de frustrar os participantes. De certa forma, foi isso que aconteceu no Bairro a Bairro.

Conforme Aggio (2011b) os participantes do Bairro a Bairro podem ser considerados tanto “eleitor mobilizado” quanto “eleitor interventor”. Mobilizados porque à exceção de Edson - que trabalhava para a candidatura concorrente – todos declararam que participaram da campanha e que buscavam conseguir votos para Manuela, ou seja, eles se mobilizaram em prol da eleição da candidata. No entanto, eles não podem ser considerados apenas mobilizados, mas também interventores, porque ajudaram na construção deste projeto político colaborativo que se materializou no plano de governo da candidata. Segundo Aggio, (2011b) a participação na construção de planos de governo colaborativo dependerá do interesse e da disposição dos cidadãos, sendo estes fatores necessários para que iniciativas participativas em campanhas funcionem. Ele afirma que isso só ocorre depois da aproximação e da identificação ideológica, no entanto, isso não é o que aconteceu no Bairro a Bairro. A participação de Edson, por exemplo, evidencia isso. Os moradores enxergavam na candidata uma possibilidade de melhorar a sua qualidade de vida e, portanto, participaram da ação ainda que não necessariamente fossem votar nela. Essa motivação nos parece ter sido a mais importante.

A análise dos efeitos do Bairro a Bairro ilustram também a importância da participação e da institucionalização. Como bem relatam os entrevistados, o partido e os políticos que tem cargos na “instância política” (CHARAUDEAU, 2008) é que conseguiram resolver, a partir da participação popular, os problemas que afligiam as comunidades. Se no caso da Vila Cruzeiro foi Manuela que se utilizou das emendas parlamentares a que os Deputados Federais tem direito para auxiliar a construção da creche, no Jardim Marabá foram o Deputado Estadual Raul Carrion e os vereadores Jussara Cony e João Derly que auxiliaram com os encaminhamentos referentes aos problemas do local. Conforme os participantes, o compromisso do PCdoB com as comunidades, especialmente o Jardim Marabá, continuou, visto que Jussara e João que foram eleitos vereadores naquela mesma eleição continuam trabalhando em prol dos bairros. A reunião com o Ministério Público, por exemplo, foi conseguida através dos mandatos. Neste sentido, compreendemos que os participantes se apropriaram das estratégias do agente hegemônico (a instância política) e através deste instrumento de participação encontraram os “lugares do possível” (LEFEBVRE apud SERPA, 2011), ou seja, as brechas nos espaços institucionalizados e utilizaram suas táticas para então chegar, ainda que indiretamente, às instâncias decisórias. É necessário mencionar, também, que a estratégia adotada por Manuela foi diferenciada. Como bem evidencia esta análise, não é usual ver outros políticos adotando estratégias assim, então, não foram só os participantes que encontraram as lacunas, mas a própria campanha - ainda que estando em uma posição de

poder – que subverteu a lógica hegemônica e conclamou a população a participar da construção do programa de governo da candidata por diferentes meios.

Por fim, como bem Manuela mencionou em sua entrevista, ficou evidente que a nossa política ainda é muito personalista.

Ah, claro. Quando eu to presente a ação é muito diferente. Esse é o relato que a gente tem das pessoas, né. É muito diferente uma atividade que eu to de uma atividade que eu não to. Porque a nossa política - mas isso é uma coisa ruim, eu acho, da política - ela é muito personalista no Brasil. As pessoas elas ainda tem essa necessidade de um líder, né (MANUELA D'ÁVILA).

Pelo menos em um primeiro momento a presença de Manuela fez muita diferença na recepção das pessoas e na participação alcançada. Em momentos posteriores já era possível atuar na comunidade por meio de assessores, mas inicialmente era a presença dela que motivava os moradores. Era quase como se ela fosse alguém capaz de resolver todos os problemas dos locais em um passe de mágica.

Acredita-se que o relatório do Bairro a Bairro a partir destes dois locais e a posterior relação com o referencial teórico adotado permitiram compreender como se deu o processo e de forma a estratégia empreendida resultou na participação alcançada. Para entender melhor a campanha far-se-á, a seguir, a análise de nossa segunda unidade incorporada de análise: o site #NovasIdeiasPOA.

3.2.2 O Site #NovasIdeiasPOA

O site colaborativo da candidata foi feito especialmente para a campanha à Prefeitura de Porto Alegre e tinha a proposta de ser um espaço onde as pessoas pudessem postar suas sugestões e ajudar a candidata a construir o seu plano de governo. A plataforma era bastante simples e intuitiva e para participar bastava se cadastrar no site informando alguns dados pessoais, como nome completo e e-mail.

Como é possível perceber (Figura 20), o nome do site era #NovasIdeiasPOA, ou seja, utilizava a hashtag⁶⁷ para remeter imediatamente o participante ao universo digital. O cabeçalho do site dizia:

⁶⁷ Hashtags são palavras-chave ou termos associados a uma informação, tópico ou discussão precedidas do símbolo #. Dentro da rede elas viram hiperlinks e são indexáveis pelos mecanismos de busca. São muito utilizadas em sites de redes sociais digitais como o twitter e o instagram e por isso remetem ao universo digital. Recentemente o facebook também incorporou as hastags.

Este é um espaço democrático para todos que buscam uma Porto Alegre melhor. Compartilhe fotos, vídeos e comentários sobre como está o seu bairro, a sua rua e o seu dia-a-dia. Juntos pensaremos em caminhos para melhorar os novos e os antigos problemas de Porto Alegre. **Seja muito bem-vindo por aqui e participe!**

Algumas palavras-chave como “espaço democrático”; “compartilhe”; e “participe” parecem ter sido cuidadosamente escolhidas para convidar o internauta para participar deixando o seu comentário. Termos como “compartilhe” também são bastante utilizados na rede.

Era possível notar também que o site dispõe do que chama-se de ícones de convergência, ou seja, ícones que permitem o compartilhamento do site em outros locais da internet, principalmente sites de redes sociais (Orkut, twitter, facebook), mas também via e-mail.

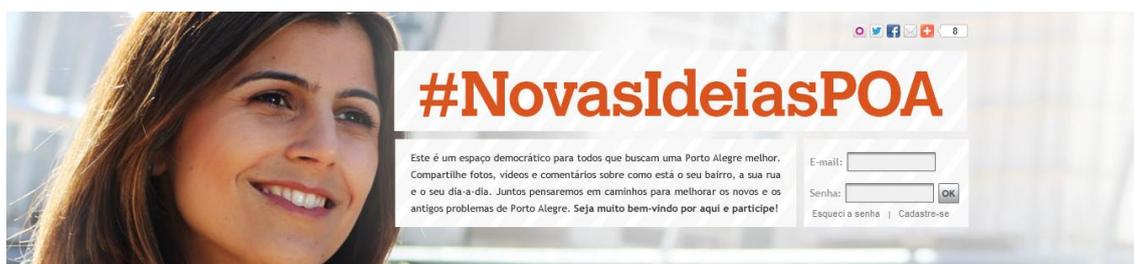


Figura 20 – Cabeçalho do Site #NovasIdeiasPOA.

Fonte: Site #NovasIdeiasPOA

Logo abaixo do cabeçalho encontravam-se os três temas principais acerca dos quais os participantes podiam opinar (Figura 21). Estes eram: cidade sustentável; cidade das pessoas; e cidade inovadora. Pode-se perceber que eram temas bem amplos que abrangiam uma série de possibilidades de participação.



Figura 21 – Página inicial do site #NovasIdeiasPOA⁶⁸.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.

Como é possível ver (Figura 21) havia a possibilidade de clicar em ‘Saiba mais’ para compreender o que se entendia por ‘Cidade Sustentável’, ‘Cidade das Pessoas’ e ‘Cidade Inovadora’. Em ‘Cidade das Pessoas’ a introdução era: “IPTU Verde e Tecnologias Alternativas vão diminuir os nossos prejuízos ambientais. E tu, como pensa numa Porto Alegre mais verde?” Já em ‘Cidade das Pessoas’ dizia: “Construção de novas creches e erradicação da pobreza vão mudar os rumos de Porto Alegre. Como tu pensa numa cidade mais social?” E por fim, em ‘Cidade Inovadora’, “Fomento da Indústria Criativa e a Modernização da Gestão vão trazer excelência para os nossos serviços. Como é a tua Porto Alegre inovadora?” Ainda, em cada uma das sessões havia três ícones: uma câmera, uma claquete e um lápis, que evidenciavam a possibilidade de postar fotos, vídeos ou textos.

⁶⁸ As identificações dos participantes foram apagadas de todas as imagens devido a questões éticas.

À medida que os participantes iam postando suas sugestões, um novo quadrado – contendo a postagem - surgia abaixo da sessão escolhida. Cabe ressaltar que não havia a possibilidade de comentar as postagens já feitas, apenas fazer novas postagens.



Figura 22 – Contribuições dos participantes no Site #NovasIdeiasPOA.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.

A Figura 22 evidencia também as possibilidades de compartilhamento de cada contribuição individualmente. Cada postagem podia ser compartilhada por meio de um clique apenas no twitter e no facebook, o que - em comparação ao número de ícones de convergência que havia na página inicial do site -, reduz as possibilidades em mais de 50%, já que na *home* do site tinha 5 ícones.

É possível ver também que o site estava licenciado em *Creative Commons*⁶⁹ (CC) com as licenças de atribuição, uso não comercial e compartilhamento pela mesma licença, o

⁶⁹ *Creative Commons* é uma organização sem fins lucrativos, que permite o compartilhamento e o uso da criatividade e do conhecimento através de licenças jurídicas gratuitas. As licenças de direitos autorais do CC fornecem ao autor uma forma simples e padronizada de conceder autorização para que as pessoas possam usar

que significa dizer que permite que outros adaptem e criem obras derivadas sobre a obra original, desde que com fins não comerciais e atribuindo crédito ao autor. Ainda determina que as novas criações sejam licenciadas sob os mesmos parâmetros. Ou seja, qualquer obra derivada, por natureza, não poderá ser usada para fins comerciais. Segundo a própria organização a CC busca efetivar o potencial total da internet baseado nos sistemas de compartilhamento e de abertura, já que na prática os sistemas legais nem sempre permitem que o conhecimento circule.



Figura 23 – Detalhe da licença *Creative Commons* no site.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.

É importante destacar a utilização desta licença em um site que tinha por objetivo fomentar a participação, pois é uma ação prática que permite o compartilhamento e assim a maior participação. Seria contraditório se o site propusesse a construção colaborativa de um plano de governo, mas não permitisse que os usuários utilizassem ou compartilhassem as ideias postadas ali. Da mesma forma é necessário ressaltar que o site não permitia o acesso de deficientes visuais, o que acabava excluindo esta parcela da população de participar do processo.

O site teve 87 participações. O tema que mais arrecadou postagens foi ‘Cidade Sustentável’ com 32 contribuições, já o que menos teve participações foi ‘Cidade das Pessoas’, com 25. Em posição intermediária ficou ‘Cidade Inovadora’ com 30 contribuições. É possível perceber que duas postagens – ambas em ‘Cidade Sustentável’ - se repetiram. Foram postados apenas um vídeo (em ‘Cidade Sustentável’) e três fotos (uma em cada tema) no site. Como a imagem (figura 24) evidencia, não era necessário sair do site para assistir ao vídeo postado. O player era embutido no site e era possível reproduzir o vídeo ali mesmo. O mesmo acontecia com as fotos.



Figura 24 – Fragmento do site #NovasIdeiasPOA com exemplo de vídeo postado.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.

As imagens (figura 25) evidenciam, também, que quando os participantes tinham o desejo de complementar alguma informação postada no site eles deixavam links para outros portais. Não era possível clicar no link, sendo necessário copiá-lo e colá-lo no navegador para então ter acesso. Assim como ocorria com as fotos e vídeos que eram reproduzidos no próprio site, esta é uma estratégia empregada para que o internauta não saia dali.



Figura 25 – Fragmento do site #NovasIdeiasPOA com exemplo de link postado.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.

Na entrevista realizada com Manuela D'Ávila em 04 de abril, ela também falou sobre o site #NovasIdeiasPOA. Segundo ela “O site colaborativo ele era uma forma de construir o programa de governo via internet” (MANUELA D'ÁVILA).

A candidata relatou que considera importante tentar diversificar as estratégias para propiciar mais espaços para a participação popular e neste sentido acha que a internet pode cumprir um papel importante.

a internet ela rompe as barreiras até dos constrangimentos das características individuais das pessoas. (...) Existem muitas características psicológicas, inclusive, das pessoas que a internet rompe. As pessoas têm constrangimentos, as pessoas têm vergonhas, têm características individuais delas que a internet rompe. Então a internet ela tira pudores, ela tira constrangimentos, ela encoraja as pessoas a falar, a dar uma opinião, ela aproxima, ela rompe barreiras físicas, ela rompe barreiras econômicas, né?! Ela aproxima financeiramente pessoas que estão financeiramente distantes, barreiras de classe. Então, ela rompe diversas barreiras que estão construídas na nossa sociedade. Isso não quer dizer que ela mude a sociedade de fato, não to dizendo isso, só to dizendo que num determinado sentido ela constrói isso, então ela fomenta um tipo de participação política. Então, evidentemente, que ela fomenta um tipo de participação diferente (MANUELA D'ÁVILA).

Neste sentido, para Manuela “o site ele é também democrático porque ele permite que as pessoas que não podem, porque estão trabalhando, porque tem outras atividades colaborem”. Estas falas evidenciam que o site, para a candidata, é uma complementação de outras estratégias, que tem por objetivo ajudar na construção do plano de governo e propiciar participação a uma parcela da população que por diversos motivos não teria outra forma de participar.

Conforme já apresentado anteriormente em uma fala de Manuela, ela acredita que a sua campanha já chegou ao máximo que um político pode fazer no ambiente online, que a questão agora é se assegurar de continuar sendo o mais ouvido nesta ambiência. Entretanto, o referencial teórico no desenvolvimento desta dissertação e a análise que aqui se apresentam evidenciam que ainda há muito por ser feito quando falamos de eleições e internet.

Com relação a isso, um aspecto interessante é apontado por Cristina Ely, integrante da coordenação de campanha, e diz respeito a buscar aproximar o online e o offline.

(...) uma discussão que a gente fazia e que precisa de dinheiro pra executar, também, é que tu poderia estimular essas pessoas através da rede a irem pra rua. Elas tomarem contato e através disso como muitas pessoas mandavam mensagem pelo site querendo saber onde é que a Manuela ia estar pra ir lá, pra encontrar, pra se envolver num comício... E a chance que isso tinha também de muitas vezes tu que não conhecia e vai num comício e posta uma foto no teu instagram lá com uma tag (...). Então assim, é um movimento que a ideia é fazer girar né, as duas coisas. Tanto a participação do cara ser pra além da web e também na web porque não existe assim dois mundos (CRISTINA ELY).

Existia, então, por parte da equipe da campanha a vontade de que a participação ocorrida na internet se convertesse também em participação neste outro espaço, na ‘rua’. Por isso é possível perceber, como também já apontado anteriormente, que se buscava uma convergência entre as estratégias. O que acontecia na rua era registrado de alguma maneira para que pudesse ir para a rede e vice-versa.

Várias vezes as entrevistadas mencionam “nas redes, nas ruas”, slogan que também vinha sendo utilizado com frequência pela UJS. Isso evidencia, também, o que fica claro nas conversas com integrantes da campanha, de que a juventude do partido teve uma atuação significativa na campanha e que a trajetória de Manuela continua muito ligada ao movimento de juventude no qual iniciou sua militância política. “Foi uma marca nossa desde o início. Das nossas campanhas né? Das campanhas nossas que são as campanhas da UJS desde sempre. Desde a foto que a gente usava... As escolhas nossas junto com a UJS sempre foram escolhas corajosas” (MANUELA D’ÁVILA). Segundo ela, isso se deve também ao fato de que grande parte das pessoas que hoje trabalham com ela na coordenação das campanhas também militaram na UJS e por isso existe esta aproximação com a entidade.

Todo mundo que dirige o nosso partido foi militante da UJS junto então ainda teve uma intersecção muito grande entre quem está, quem foi e eu mesma. Sabe matematicamente o símbolo da intersecção? Na verdade talvez as três bolinhas ainda estejam juntas, né? Eu que sou a candidata, quem dirige a nossa campanha na comunicação - eu sou da área da comunicação - a Cris coordena nossa comunicação foi da UJS. Quem está na UJS esteve conosco, então tem uma intersecção muito grande entre tudo (MANUELA D’ÁVILA).

Para uma análise mais detalhada do site #NovasIdeiasPOA foi realizada uma observação encoberta e não participativa (JOHNSON, 2010) e entrevistas em profundidade (DUARTE, 2006b) com quatro pessoas. Apresenta-se, a seguir, um breve perfil dos entrevistados e imagens que destacam quais foram as suas contribuições no site.

Ana Maria tem 30 anos e é doutoranda do Programa de Geociências da UFRGS. Ela mora em Esteio, cidade localizada na região metropolitana de Porto Alegre; no entanto, faz questão de explicar que essas cidades são tidas como cidades dormitório, ou seja, o cotidiano – trabalho, estudo... - da vida dos moradores destas cidades é em Porto Alegre, mas suas casas ficam nas cidades da região metropolitana. Segundo ela, e até por isso que ela participa da movimentação política muito mais em Porto Alegre, porque ela conhece muito melhor e vivencia muito mais a capital do que a cidade onde tem residência fixada. Ana Maria se afirma militante e diz que conhece Manuela desde a UJS, mas na última campanha se define muito mais como colaboradora, já que estava um pouco afastada da militância por conta de

compromissos com a finalização do mestrado. “A minha atuação militante se reduziu a níveis insignificantes, mais foi uma militância virtual, uma ajuda virtual, do que uma militância cotidiana” (ANA MARIA). Sua contribuição no site foi no tema ‘Cidade Sustentável’ e tratava da diversidade de fontes de energia.



Figura 26 – Contribuição de Ana Maria no #SiteNovasIdeiasPOA.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.

Camila tem 26 anos, trabalha na Secretaria de Turismo do estado do Rio Grande do Sul. Ela nasceu no interior do estado, mas mora em Porto Alegre desde 2009 e reside no bairro Cidade Baixa. Milita desde cedo no movimento estudantil e afirma ter a participação muito próxima em sua vida, inclusive na família, pois tinha avó professora e então a questão da participação era muito presente em sua casa. Já está há anos na UJS e no PCdoB e trabalhou na campanha de Manuela. Camila postou duas contribuições no site, uma na temática ‘Cidade Inovadora’ e referente ao turismo de Porto Alegre, colocando a cidade como uma capital de eventos no Mercosul e a outra na temática ‘Cidade das Pessoas’, propondo uma maneira do morador de Porto Alegre conhecer melhor a cidade em que vive.



Cidade Inovadora

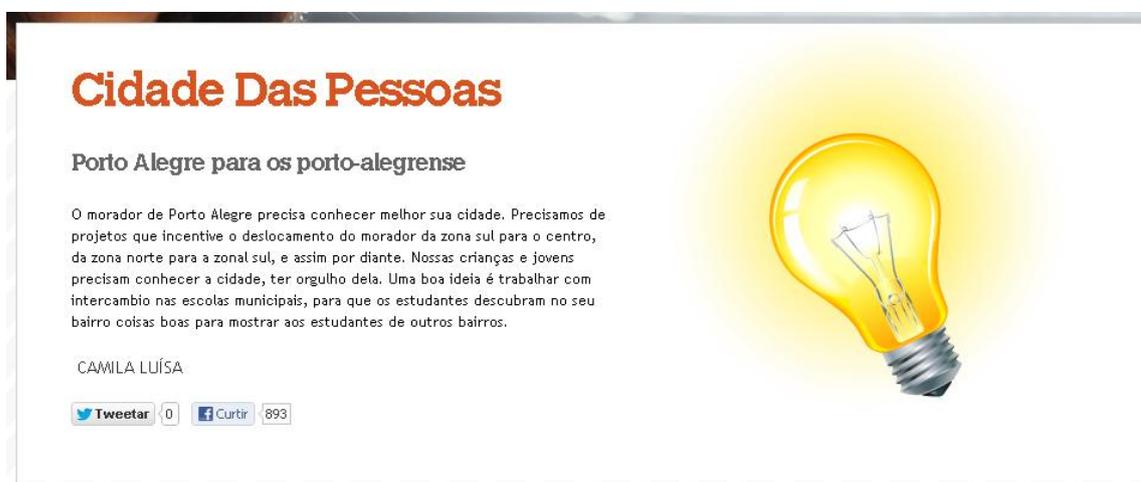
Porto Alegre: Capital de Eventos do Mercosul

O Turismo de Porto Alegre precisa ter como estratégia o segmento de Negócios e Eventos par. É necessário que a Prefeitura persiga esse objetivo de forma participativa com o trade turístico da cidade.

CAMILA LUÍSA

 Tweetar 0  Curtir 0

Figura 27 – Contribuição de Camila Luísa no #SiteNovasIdeiasPOA.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.



Cidade Das Pessoas

Porto Alegre para os porto-alegrense

O morador de Porto Alegre precisa conhecer melhor sua cidade. Precisamos de projetos que incentive o deslocamento do morador da zona sul para o centro, da zona norte para a zonal sul, e assim por diante. Nossas crianças e jovens precisam conhecer a cidade, ter orgulho dela. Uma boa ideia é trabalhar com intercambio nas escolas municipais, para que os estudantes descubram no seu bairro coisas boas para mostrar aos estudantes de outros bairros.

CAMILA LUÍSA

 Tweetar 0  Curtir 893

Figura 28 – Contribuição de Camila Luísa no #SiteNovasIdeiasPOA.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.

Fabricio tem 32 anos, mora no Bairro Auxiliadora em Porto Alegre e coordena o Gabinete Digital do Governo do estado, ou seja, trabalha diretamente com a questão da participação. É formado em ciências sociais pela UFRGS e cursa mestrado em Ciência Política na mesma instituição. Ele também foi integrante da UJS – não está mais na organização porque já tem mais de 30 anos - e atualmente é filiado ao PCdoB. Trabalhou na campanha de Manuela. A contribuição de Fabrício estava situada na aba ‘Cidade Inovadora’ e referia-se a melhorias no sistema de transporte público de Porto Alegre.



Figura 29 – Contribuição de Fabrício no #SiteNovasIdeiasPOA.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.

Sara é relações públicas e jornalista. Ela tem 31 anos e reside no Bonfim. Sarah também trabalhou na campanha, entretanto sua relação de proximidade com Manuela e com o PCdoB é menor do que a dos outros três entrevistados, visto que ela não milita no partido e nem na UJS. Ainda assim ela tem uma relação bem estreita com a política, pois trabalhou durante 3 anos na prefeitura de Porto Alegre na época em que Raul Pont era prefeito. Segundo a entrevistada, na época ela era muito nova e não tinha posição política, “mas não tem como tu não te engajar naquilo porque as pessoas tão juntas trabalhando e é assim por uma causa (...) É uma causa que envolve todo mundo. É social assim. Pra um bem maior, embora tenha todos os interesses políticos que a gente sabe que existe” (SARA). A partir deste momento ela afirma ter tido uma atuação política mais forte, embora não tenha militado formalmente em nenhuma organização. Hoje a entrevistada diz que não se envolve mais tanto porque está mais preguiçosa e está deixando esta atuação para os mais jovens. Sara contribuiu sobre a temática ‘Cidade Sustentável’ e falou sobre a instalação dos containers.



Figura 30 – Contribuição de Sara no #SiteNovasIdeiasPOA.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.

Apresentados os entrevistados passa-se para a análise mais detalhada do #NovasIdeiasPOA, buscando compreender como se deu a participação no site. Para isso, trazem-se dados advindos da observação e também trechos das entrevistas realizadas. Por fim, assim como na análise do Bairro a Bairro, busca-se fazer um tensionamento com o referencial teórico da dissertação.

Três dos entrevistados têm uma visão semelhante sobre a participação no Brasil hoje. Ana Maria, Camila e Fabrício acreditam que ela é muito segmentada, tanto em relação a temáticas quanto a formas de participar. Para ilustrar estas opiniões veja-se uma fala de Fabrício,

o que se percebe é que você tem uma grande massa de pessoas que se mobilizam por temas muito específicos, tem uma segmentação muito maior (...). E a única diferença, talvez, para essa nova participação a partir da década de 90 é que são diversas maneiras de articular essa participação. Ela pode usar as redes sociais, mas ela também pode usar, como está sendo por exemplo, lá em Londres, se usou o meio eletrônico, mas nem foi tão eletronicamente, foi pelas mensagens que o Blackberry permitiu, de graça, mensagem pro outro, foi o principal agente mobilizador. Então você tem diversos canais, que antigamente podia ser panfleto, podia ser jornal, não é exatamente um meio, mas a principal característica da participação pra mim é que nesse período ela está cada vez mais segmentada, e que você tem o espectro do que mobiliza essas pessoas não é mais tanto se ela é do partido X ou Y, se ela tem mais, se ela é uma pessoa, digamos, se ela é uma liderança social ou não, mas é o que desperta o interesse daquela pessoa. Agora, precisa pensar como esses interesses mais imediatos podem se tornar interesses mais programáticos, mais gerais. Mas de fato a diferença da participação hoje é que ela é cada vez mais segmentada (FABRICIO).

Como exemplos disto, os entrevistados citam os movimentos ambientalista e LGBT e mencionam momentos ocorridos recentemente em Porto Alegre e no Brasil de forma mais geral, como as manifestações contra o corte de árvores na usina do Gasômetro em Porto Alegre⁷⁰ e os protestos pedindo a saída do Deputado Marco Feliciano da presidência da comissão de Direitos Humanos e Minoria da Câmara dos Deputados⁷¹.

Além disto, Ana Maria, Camila e Fabrício acreditam que a internet e a velocidade dos meios de comunicação mudaram a forma com que os indivíduos participam, e que a geração mais recente muitas vezes acaba restringindo demais sua participação para a rede. “No fim é tanto veículo, tanta forma de tu absorver o que ta acontecendo que acaba tendo

⁷⁰ Mais informações em <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/geral/noticia/2013/05/corte-de-arvores-nas-proximidades-da-usina-do-gasometro-repercute-nas-redes-sociais-4153277.html>. Acesso em 12/01/2014.

⁷¹ Mais informações em <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/POLITICA/437363-MANIFESTANTES-PEDEM-MUDANCA-NO-COMANDO-DA-COMISSAO-DE-DIREITOS-HUMANOS.html>. Acesso em 12/01/2014.

muito ruído, então eu acho que essa participação fica muito fragmentada e aí às vezes as pessoas não conseguem se unir em prol de algo em comum” (ANA MARIA).

Segundo eles, ao mesmo tempo em que isto possibilita uma quantidade maior de mobilizações também dificulta que as pessoas se mobilizem por uma causa em comum, o que pode acabar resultando em uma dificuldade de mobilizar um número grande de pessoas. Isso explicaria, também, o fato de não haver protestos da dimensão dos realizados na época das “Diretas Já” e dos “Caras Pintadas”. Ana Maria, entretanto, acredita que estes grupos específicos como os que defendem os direitos LGBT podem servir como propulsores. Segundo ela, eles podem instigar a sociedade a discutir o tema e se posicionar a respeito.

Quando questionados sobre quais medidas a instância política (CHARAUDEAU, 2008) poderia adotar para fomentar a participação, os entrevistados tiveram respostas variadas. Ana Maria acredita que é necessário proporcionar mais debates entre cidadãos e políticos e assim fomentar o diálogo. Tanto Camila quanto Fabrício apontam para a necessidade da criação de canais que possibilitem a participação, mas atentam para mais do que isso. Segundo eles, estes canais existem, mas o que falta é a iniciativa dos governos de colocar a participação como uma questão central dos mandatos e a partir daí legitimá-la. “É preciso colocar a participação como centro da gestão pra daí sim a gente conseguir legitimar ela pra que as pessoas participem porque elas vão ver os resultados a partir daí. Então acho que a grande questão é fazer com que a participação seja uma das principais diretrizes” (CAMILA). A opinião de Sara é semelhante, mas enquanto Fabrício e Camila falam em questão central no governo, Sara utiliza a expressão projeto. Para ela é necessário criar um projeto de inclusão e que contemple a participação popular.

Os entrevistados, no entanto, foram unânimes ao afirmar que para que a participação realmente se efetive é necessária a vontade de todos os atores envolvidos, como explica Fabrício: “Depende de uma vontade mútua e tem que partir dos dois lados. O problema é quando você tem só de um lado e não tem do outro” (FABRÍCIO). Ana Maria argumenta no mesmo sentido: “Eu acho que todo mundo tem que participar de alguma forma desse processo. Não pode partir só de um ator, ou só do poder público ou só da sociedade civil. A gente tá num contexto de democracia então acho que todo mundo é responsável e devia ser propositivo” (ANA MARIA).

Os participantes também falaram sobre a participação em Porto Alegre, sendo que Sarah e Fabrício eram os mais bem informados, porque ambos trabalham ou já trabalharam diretamente com a questão. Sara trabalhou na prefeitura municipal de 2001 a 2004, época em

que a cidade era governada pelo PT e que o Orçamento Participativo era mais efetivo segundo a percepção dos entrevistados. Para ela aquele momento foi fantástico para Porto Alegre.

Rolava mesmo uma aproximação com a comunidade. Tu sentia que Porto Alegre tinha mais esse espírito. Não sei se era uma percepção nossa porque a gente tava muito lá, mas mudou muito da administração do PT pra depois Fogaça e Fortunati. Mudou muito. Pra mim mudou e pra eles deve ter mudado muito também. Aqui no Bonfim mundou. O astral das pessoas mudou. Não sei. Hoje eu não vejo as pessoas preocupadas com OP, com discutir alguma coisa. (...)Então, esse engajamento da sociedade eu acho que não rola hoje. (...)Tá rolando um movimento assim de juventude que tá retomando. Ou aquela galera que tava mais adormecida ficou meio tímida – eu me incluo assim – porque a gente era muito pilhado e de repente perdeu a prefeitura e um monte de gente desmobilizou e ficou por essas e agora parece que tá subindo de novo (SARA).

Ana Maria concorda com Sara sobre a questão. “Acho que Porto Alegre perdeu muito isso da participação, da atividade participativa dos cidadãos. Me parece que agora a gente não ta tendo mais tanta efetividade na alocação dos recursos, então as lutas tão se dando muito mais daquela forma tradicional, seja ela passeata, que é uma manifestação e não de forma ativa e deliberativa como era dentro do OP” (ANA MARIA). O problema levantado por Ana Maria é interessante porque vai ao encontro do referencial teórico adotado por nós, quando aponta para a necessidade de que o poder público dê uma resposta satisfatória para a participação dos indivíduos de modo a não frustrá-los.

Já Camila afirma que a principal decepção dela desde que foi morar em Porto Alegre é que a cidade não oferece espaços para participação. Os que oferece, segundo ela, não são iniciativas do poder público, mas sim de grupos específicos. A fala de Fabrício também é nesse sentido. Ele afirma que Porto Alegre é uma cidade que oferece variados espaços de participação informais, porque se tem movimentos, grupos, eventos, mas que com relação a participação formal Porto Alegre não é mais tão participativa. “Em relação a participação formal eu já não vejo, pelos dados que eu tenho, mas são dados provisórios, que é a cidade que mais participa em proporção e número” (FABRÍCIO). Os dados aos quais Fabrício se refere ele consegue através de seu trabalho e são relativos à consulta popular.

Ao contrário dos indivíduos entrevistados sobre o Bairro a Bairro, a internet e as redes sociais digitais perpassam praticamente toda a entrevista. Como eles possuem acesso facilitado e a internet faz parte do cotidiano destes entrevistados este aspecto surgia mesmo quando a pergunta nem mencionava esta questão, ao contrário dos entrevistados do Bairro a Bairro, onde a menção à questão virtual surgiu apenas quando questionados pela pesquisadora.

Ainda assim optamos por fazer algumas perguntas específicas sobre este aspecto. Das entrevistadas a única que afirmou que optaria por utilizar estratégias offline caso precisasse mobilizar os moradores de seu bairro foi Ana Maria. Camila, Fabrício e Sara afirmaram que acreditam que no caso de seus bairros uma convocatória via redes sociais digitais seria mais efetiva. Isso pode se explicar até pelas características diferenciadas de cada bairro. Ana Maria afirma que reside em um bairro pequeno e que por isso seria viável, inclusive, passar de porta em porta com um panfleto. Já Fabrício tem uma visão um pouco diferente, o que fica explícito nesta fala

Mesmo no meu bairro que é mais residencial eu acho que se a pauta do meu bairro fosse uma questão relacionado ao Parcão ou a ter mais ponto de bicicleta, isso as vezes as pessoas de um bairro próximo também estão demandando isso ou também quer, ou ajudaria. As fronteiras do bairro como um espaço de atuação política hoje elas estão mais alargadas porque a própria cidade ela tem estado mais em um espaço de vivência que não se delimita mais no espaço do bairro, mas onde você agrupa mais pessoas (FABRÍCIO).

Ele explica, então, que é por isso que acha que a internet pode ser útil porque vai encurtar distâncias e procurar agregar as pessoas que se identificam com a causa, independente da localidade onde residem já que as fronteiras hoje não são tão fixas.

Os perfis dos entrevistados indicam que são indivíduos politizados e que já têm vivência em movimentos sociais e na militância política, por isso todos afirmam que já participaram de outros espaços anteriormente e que também participam de ações realizadas fora da ambiência virtual, como comícios ou carreatas. Entretanto, Sara afirma que sua atuação ultimamente tem se reduzido ao ambiente online

Meio que assim, já to deixando pra galera nova organizar. Eu vou lá, dou apoio, o curtir, confirmo a presença, digo que vou e não vou, eu já to mais por essas, infelizmente. Adoraria continuar com aquela. Mas assim, o lance do engajamento pelas redes sociais é muito eficiente. Muito eficiente. Se tu quiser tu pode fazer uma revolução por ali, sem sair de casa. Nem precisa fazer o protesto. Melhor que faça. Eu apoio a vida real e não a vida virtual, mas eu acho que a gente tem outras armas agora (SARA).

É possível perceber também que os entrevistados participaram da ação porque estavam trabalhando na campanha – Camila, Fabrício, Sara – ou porque foram convidados por quem trabalhava – Ana Maria. Procurou-se também contatar outros indivíduos na tentativa de diversificar o perfil dos entrevistados, mas todos os indivíduos com quem conseguiu-se contato e que se dispunham a contribuir com a pesquisa estavam dentro do mesmo escopo. Instigados por isso, procurou-se compreender o que aconteceu e as respostas que surgiram

davam a entender que o processo do site #NovasIdeiasPOA não ocorreu como era esperado e por isso necessitou ser fomentado pelos colaboradores da campanha e militantes do partido. “A contribuição que eu dei no site claro que eu dei como cidadã, mas eu dei pra ajudar a fomentar porque a gente tinha que começar de dentro assim, como qualquer trabalho, na verdade” (SARA).

Os entrevistados também foram unânimes em falar que havia moderação no site e que costumam acompanhar os resultados quando participam de alguma ação. Eles acreditam que os as sugestões foram incorporadas ao plano de governo na medida do possível. Essa informação foi confirmada por integrantes da equipe da campanha.

Para ilustrar esse fato é importante trazer o depoimento de Ana Maria, pois ela foi procurada pela equipe da campanha para falar mais sobre sua contribuição com o objetivo de incorporá-la no plano de governo da candidata.

Quando questionada sobre se a sua participação teria se efetivado e entrado no plano de governo, Ana Maria disse

Eu não me recordo mais disso. Não me recordo. Eu me lembro que depois o pessoal me procurou e queria incluir, sim, no material, mas eu não sei no fim como que ficou isso. (...) Acho que sim, porque o pessoal depois falou comigo. É uma coisa que a gente não pensa muito quando trata de algumas temáticas assim. É o negócio da fragmentação. ‘Ah, meio ambiente é meio ambiente, saúde é saúde, transporte é transporte, educação é educação’ e eu me lembro que quando eu propus algumas coisas eu queria que elas dialogassem. Minha ideia era isso, que pra gente ter saúde a gente precisa ter um ambiente qualificado, precisa ter um ambiente melhor. Eu me lembro que é uma coisa que o pessoal gostou, eu me senti contemplada porque me procuraram a respeito do que eu tinha dito (ANA MARIA).

O depoimento da entrevistada evidencia, então, que quando a contribuição era considerada interessante pela equipe da candidata, os participantes eram procurados para especificar melhor do que se tratava e assim ter a sua contribuição incluída no plano de governo. Pode-se dizer, então, que de certa forma, a participação se efetivou a medida que o objetivo inicial foi cumprido.

Após a análise do site #NovasIdeiasPOA far-se-á, assim como foi feito com o Bairro a Bairro, um tensionamento com o referencial teórico adotado nos dois primeiros capítulos desta dissertação na tentativa de compreender a estratégia como um todo e assim poder alcançar o principal objetivo desta pesquisa, que é entender em que medida as estratégias adotadas interferem na participação alcançada.

Assim como na análise do Bairro a Bairro, começar-se-á pelos apontamentos de Pateman (1992) que se consideram os mais interessantes para esta pesquisa.

A primeira ideia é a de que a participação efetiva ocorreria a nível local e em outras esferas que não o governo. Desta forma, é possível afirmar que o site #NovasIdeiasPOA cumpre o papel de ser mais um canal onde a participação pode ocorrer. Como fica claro nos trechos selecionados da entrevista realizada com a candidata, a proposta dela é que o site seja mais um espaço para proporcionar a participação dos indivíduos que pelas mais variadas razões não podem exercer este direito em outro espaço. Além do que, segundo ela, a informalidade do ambiente e as características da internet podem servir como aliadas nesse processo e estimular a participação de quem não se sente a vontade para fazer isso fora do ambiente virtual.

Entretanto, a observação realizada permite inferir que o processo aqui não se dá tanto em âmbito local. É evidente que o processo do Bairro a Bairro é mais localizado, pois se propõe a visitar uma comunidade por vez, enquanto o site é o mesmo para todos os moradores de Porto Alegre e estando disponível na internet pode receber contribuições de qualquer lugar do mundo. Por isso é possível ver postagens de indivíduos que nem mesmo residem ou tem seus cotidianos estabelecidos na cidade (Figura 24), o que tira um pouco o caráter local da participação.



Figura 31 – Contribuição de internauta no site #NovasIdeiasPOA.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.

Também não se pode perceber indícios de que o caráter educativo da participação ao qual Pateman (1992) se refere tenha sido um dos resultados do site #NovasIdeiasPOA. É possível dizer isso por que os indivíduos que foram contatados pela pesquisadora não se dispuseram a contribuir com a pesquisa, exceto os que haviam trabalhado na campanha e que por isso estavam estimulados ou intrigados sobre a pesquisa. Mesmo uma das entrevistadas,

Ana Maria, quando foi procurada para falar mais sobre sua proposta não retornou o contato com a equipe da campanha. Ainda que a entrevistada tenha motivos pessoais e profissionais para isso, é possível inferir que a participação para ela não tenha tido uma importância tão grande.

O aspecto do efeito integrativo também não pode ser observado no site. Acredita-se que isso se deve principalmente ao fato de que como não havia possibilidade para réplica e para interação não se geravam debates. Assim, não foi possível observar se os participantes concordavam ou discordavam entre si. Como a observação ocorreu somente no período em que o site estava no ar, diferente do Bairro a Bairro, também não foi possível observar nenhum desdobramento.

Relacionado a essa questão considera-se que é importante relembrar o apontamento de Stromer-Galley (2013) sobre as campanhas online. Segundo a autora, os canais para interação humana são pouco utilizados nas campanhas eleitorais. Ela elenca alguns motivos, dentre os quais se acredita que seja necessário destacar dois que se acredita serem os que têm relação com a decisão estratégica da campanha de não proporcionar a interação humana no site. Stromer-Galley (2013) diz que canais para interação humana são onerosos para as campanhas e fazem com que os candidatos corram o risco de perder o controle de seus ambientes de comunicação. Como foi mencionado por quase todos os entrevistados - mesmo os que não estavam trabalhando na campanha, apenas observaram de fora - e comprovado pelos dados levantados no site do Tribunal Superior Eleitoral, a campanha de Manuela não tinha tanta verba como a de seu principal oponente, o que acaba indiretamente resultando em uma equipe menor. Isso dificulta na implantação de uma estratégia que exija moderação o tempo todo, como a interação humana exige, para que não se perca o controle do ambiente de comunicação do candidato.

Duas das questões-chave apontadas por Aggio (2011a), quando se tratam de campanhas online, também merecem ser examinadas sob a ótica do que ocorreu no site #NovasIdeiasPOA. São elas a interatividade e o ativismo. Como falado anteriormente, o site não proporcionava a interatividade entre os usuários. A postagem de um participante não poderia ser replicada por outro, o que implica em uma perda de inteligência coletiva, visto que como havia postagens de temáticas bem semelhantes (figuras 25 e 26), o debate poderia ter enriquecido as sugestões e, conseqüentemente, o plano de governo da candidata. Esta característica pode também ajudar a explicar o pouco engajamento dos usuários, visto que não havia motivos para que eles retornassem ao site depois de postadas suas sugestões.



Figura 32 – Contribuição de internauta no site #NovasIdeiasPOA.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.



Figura 33 – Contribuição de internauta no site #NovasIdeiasPOA.
Fonte: Site #NovasIdeiasPOA.

Para que houvesse alguma espécie de ativismo relacionado a iniciativa era necessário sair do ambiente do site #NovasIdeiasPOA para ambientes de redes sociais digitais. Poderiam ter iniciativas de um alto número de compartilhamentos de determinada sugestão, o que denotaria um tipo de apoio aquilo e poderia ser classificado como ativismo, entretanto isto não ocorreu em nenhuma das postagens do site. Pode-se dizer que o site #NovasIdeiasPOA não se relacionou com outros ambientes virtuais, pelo menos no que tange a compartilhamentos via ícones de convergência.

Como bem enfatiza Aggio (2011b), a participação na construção de planos de governo colaborativo dependerá do interesse e da disposição dos cidadãos, e aliado à aproximação e a identificação ideológica são os fatores necessários para que iniciativas participativas em campanhas funcionem. As entrevistas e a observação mostram que, neste caso do site #NovasIdeiasPOA, a participação esteve muito relacionada à aproximação e à

identificação ideológica e pouco relacionada à disposição dos indivíduos comuns em construir um plano de governo colaborativo. Se no Bairro a Bairro os eleitores podiam ser considerados “interventores” (AGGIO, 2011b), antes de serem “eleitores mobilizados” (AGGIO, 2011b), no site #NovasIdeiasPOA, em geral o movimento foi inverso.

Por fim, considera-se que no caso do site #NovasIdeiasPOA os participantes não procuraram as brechas nas estratégias postas pela equipe da campanha. Um “lugar do possível” (LEFEBVRE apud SERPA, 2011), neste caso, seria o ativismo através dos compartilhamentos. Um grupo minoritário poderia ter usado esta tática, por exemplo, para chamar atenção da candidata para determinada demanda e assim entrar na agenda dela enquanto membro da “instância política” (CHARAUDEAU, 2008), que foi o que fizeram os participantes do Bairro a Bairro quando continuaram mobilizados e em contato com o PCdoB para conseguir as pautas almejadas e apresentadas no Bairro a Bairro.

Neste caso, seguindo a ideia de Gomes (2011), de que o fim estaria depois da participação, quando os participantes recebessem algum benefício por aquilo, pode-se dizer então que a estratégia não teve tanto êxito quanto o Bairro a Bairro, pois pelo menos dentro do período observado por nós e dos métodos utilizados o máximo que foi alcançado pelos indivíduos foi a entrada de suas sugestões no plano de governo da candidata. Talvez isto também possa ser explicado devido ao caráter menos local da participação ocorrida pelo site e da falta de mobilização dos participantes, visto que as demandas não eram tão palpáveis quanto às das comunidades do Bairro a Bairro.

Acredita-se, assim, que é possível que estratégias online que buscam fomentar a participação podem ter resultados positivos desde que sejam observados alguns aspectos importantes. Conforme Fernandes (2013), a resolução dos problemas que envolvem a vida urbana hoje só acontecerão com um maior envolvimento político dos cidadãos.

Assim, como explica Fernandes (2013), para que haja este envolvimento e ele seja efetivo é necessário criar o que Santos Jr., Ribeiro e Azevedo chamam de governança democrática. As três características básicas deste novo padrão de governo seriam: a) maior responsabilidade dos governos municipais em relação às políticas públicas e às demandas de seus cidadãos; b) o reconhecimento de direitos sociais; c) a abertura de canais para a ampla participação cívica da sociedade.

Cabral Neto (1997) conclui que o defeito da democracia representativa não é o de ser representativo, mas de não sê-lo o bastante. Assim, sugere que a ampliação da representação passaria, necessariamente, pela criação de condições favoráveis no sentido de que o cidadão passasse a interferir concretamente nas decisões sociais e econômicas por meio dos órgãos de decisão política. A questão, pois, não é a de

negar o sistema de representação, mas acionar mecanismos capazes de aperfeiçoá-lo no interior mesmo da sociedade capitalista (FERNANDES, 2013, p.115).

É no sentido da abertura de canais para ampla participação cívica da sociedade que a internet vem a facilitar, pois pode ser uma ferramenta democratizante deste envolvimento político. Pode-se dizer, então, que o site #NovasIdeiasPOA contribuiu sendo mais um canal de participação, ainda que não tenha havido tanta efetividade quanto poderia ter tido.

Ituassu e Azevedo (2013) discorrem sobre o potencial da internet ao afirmar que pode sim abrigar iniciativas que possam diminuir os déficits de democracia relativos à representação política no Brasil, mas que para isso precisam estar calcadas em quatro pilares de atuação: 1) informação; 2) participação; 3) deliberação; 4) vinculação. Não é interesse aqui nesta dissertação examinar este viés com profundidade, mas traz-se o pensamento dos autores para corroborar com a ideia de que

Iniciativas digitais no campo da representação devem atuar republicaneamente no reforço do engajamento cidadão, com a provisão de espaços independentes não comerciais de informação, argumentação e participação política. Da mesma forma, podem promover o deliberacionismo ao pretender criar e mediar espaços e fluxos de comunicação sobre os temas da agenda política da arena representativa específica a ser acompanhada (ITUASSU; AZEVEDO, 2013, p.96).

É necessário enfatizar, entretanto, que o envolvimento político e a participação efetiva só ocorrerão quando houver uma cultura política participativa. É neste sentido que Ituassu e Azevedo (2013) afirmam que ferramentas digitais que têm como objetivo fomentar uma participação política e melhorar o sistema representativo não terão qualquer sentido se não contarem com a participação e a aceitação do cidadão. Segundo os autores

em tempos nos quais se ressalta, entre outras coisas, a apatia do eleitor, o desinteresse pela política e a desconfiança da sociedade com relação aos políticos e o sistema político, é difícil saber até que ponto pode ser bem-sucedida uma iniciativa essencialmente voltada para o ambiente político e dependente da participação cidadã (ITUASSU; AZEVEDO, 2013, p.99).

Eles ressaltam, ainda, que não devem ser poucas também as dificuldades de se angariar visibilidade a estas iniciativas quando as ofertas de entretenimento do mercado midiático contemporâneo são tantas e tão diversas.

É o que confirma o estudo de Pinho, Abreu e Winkler (2013) sobre os usos políticos da internet no Brasil. Segundo os autores, a internet não cumpriu algumas de suas promessas na abrangência e intensidade que se esperava, especialmente no que se refere à atividade

política. Para comprovar esta hipótese, os autores recategorizam, com base em apontamentos teóricos, os indicadores da Pesquisa TIC Domicílios⁷², para então caracterizar o uso político da internet. A pesquisa confirmou a hipótese e concluiu que os cidadãos – mesmo os de alta escolaridade que faziam parte do corpus - quase nunca usam a internet para fins políticos

Por fim, é importante trazer a fala de David Eaves (apud FERNANDES, 2013), que afirma que “a tecnologia é essencial para o desenvolvimento de um país plural e democrático”. Para ele, o amadurecimento de democracias mais jovens, como a brasileira, passa por tornar a tecnologia uma ferramenta ativa para divulgação e democratização das informações de interesse público.

Pode-se dizer, então, que iniciativas digitais podem, sim, ajudar a democratizar a política e a melhorar o sistema representativo, mas que no caso aqui analisado a estratégia não foi implementada da melhor maneira, visto que não observou questões cruciais como as que foram trazidas aqui nesta análise. Além disto, é importante destacar que no contexto brasileiro há muitas dificuldades de acesso à internet. Enquanto a internet não for uma ferramenta democrática e seu acesso não for popularizado, não é prudente falar em uma participação efetiva, visto que muitos públicos estão excluídos da participação no site por não possuir formas de acessá-lo. Isso ficou evidente ao estudar-se uma iniciativa como a do site #NovasIdeiasPOA e, especialmente, no momento em que foi contraposta esta estratégia com a do Bairro a Bairro.

⁷² Mais informações em Pinho, Abreu e Winkler (2013).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tomamos como início do caminho investigativo percorrido nesta dissertação a premissa de que a democracia representativa está passando por um período de crise, e que uma das maneiras de superar esta crise é tornando-a mais participativa.

Diversos campos têm se preocupado com esta questão, dentre eles o campo científico; o campo comunicacional; a esfera civil e o campo político, que são os que nos interessam mais especificamente nesta investigação. Nossa pesquisa surgiu então no entrecruzamento destes campos. Utilizamos então o dispositivo do discurso político de Charaudeau (2008) e seu entendimento sobre as instâncias cidadã, política e midiática como forma de embasar esta relação.

Tínhamos como problema de pesquisa a questão: Em que medida e de que modo as estratégias comunicacionais empregadas na campanha da candidata a prefeita Manuela D'Ávila possibilitaram a participação política? Acreditamos que o percurso teórico e metodológico adotado nesta dissertação nos permitiu responder ao questionamento e também alcançar o principal objetivo da pesquisa, que era investigar a relação existente entre as estratégias comunicacionais aplicadas à promoção da participação política empreendidas pela campanha de Manuela D'Ávila e a participação política alcançada. A análise do Bairro a Bairro e do site #NovasIdeiasPOA e o tensionamento feito com o referencial teórico escolhido nos permitiu compreender a relação entre os resultados alcançados e a maneira como cada uma das estratégias foi empregada.

Os **objetivos específicos** que consistiam em: a) analisar as estratégias comunicacionais aplicadas à promoção da participação política empregadas pela candidata Manuela D'Ávila na campanha à prefeitura de Porto Alegre em 2012; b) compreender as especificidades das estratégias que buscam fomentar a participação política na internet; c) analisar comparativamente os tipos distintos de estratégias: convencional e na internet; também foram alcançados.

Para que tivéssemos êxito, examinamos no primeiro capítulo a sistematização que Pateman (1992) faz das teorias de democracia participativa e que nos apontam principalmente para três importantes aspectos a serem considerados. São eles: a) a participação a nível local; b) a função educativa da participação; c) a função integrativa da participação, segundo a qual os indivíduos teriam mais facilidade em aceitar as decisões tomadas na coletividade depois de um processo participativo.

Também contextualizamos a participação no Brasil a partir dos estudos de Gomes (2005, 2008, 2011), Sampaio (2010) e Marques (2011) e das pesquisas de Avritzer (2008, 2010, a/c) sobre as práticas participativas brasileiras. Utilizamos como fio condutor entre os dois primeiros capítulos a midiaticização (SODRÉ, 2002; HARVJARD, 2012) e as particularidades que este novo cenário traz para a participação política, seja ela convencional ou na internet.

Foi deste primeiro capítulo que adotamos os principais conceitos de participação que nos auxiliaram na análise, especialmente do Bairro a Bairro, estratégia que consideramos nesta dissertação como participação política convencional. Compreendemos, então, a partir deste referencial teórico, que o Bairro a Bairro foi uma estratégia que ocasionou uma participação efetiva, especialmente porque cumpriu com os três apontamentos de Pateman (1992) e com a ideia de Gomes (2011) de que a participação só se efetiva no momento em que gera resultados e benefícios para os indivíduos.

No segundo capítulo demos ênfase a um tipo específico de participação, que é a participação em campanhas eleitorais, utilizando como principal autor Aggio (2010, 2011a, 2011b). Fazendo um breve apanhado histórico sobre as campanhas desde a era dos meios de comunicação de massa até o cenário atual, que contempla uma sociedade midiaticizada, procuramos entender como esta configuração atual poderia favorecer a participação, especialmente levando em conta o advento da internet.

O embasamento teórico que serviu de complementação para a sistematização de Pateman (1992) e serviu para fazermos a análise do site #NovasIdeiasPOA foi abordado neste capítulo. A partir da análise realizada e do tensionamento com a teoria, foi possível dizer que a estratégia do site não foi empregada como deveria ter sido para poder ser considerada exitosa no que se refere à participação.

Embora não seja nosso objetivo definir uma estratégia como mais participativa que a outra é necessário problematizar que embora a internet tenha surgido como uma ferramenta que em tese ajudaria a diminuir o déficit democrático, no caso estudado aqui a participação convencional foi mais efetiva. Para que a internet realmente tenha um papel importante e efetivo neste contexto é preciso que ela seja democratizada no Brasil, pois o acesso ainda é muito restrito.

É evidente que as duas estratégias buscavam atingir públicos diferentes, e talvez este tenha sido o maior acerto da campanha no que se refere à participação. Foram pensadas estratégias diferenciadas para possibilitar a participação de um número maior de indivíduos. Fica claro que quem participou de uma das estratégias provavelmente, por motivos diversos,

não teria participado da outra. Então, um dos grandes méritos da campanha foi ter buscado diversificar os canais para que os indivíduos realmente pudessem participar. Ainda que o número de participantes talvez não seja o ideal, é vital para uma democracia que as pessoas que tem o interesse de participar encontrem o canal adequado para isto.

Devemos problematizar também que o formato do Bairro a Bairro difere do formato do site #NovasIdeiasPOA no sentido de que enquanto para participar do site o indivíduo precisava buscar esta participação, no Bairro a Bairro era a candidata que procurava as pessoas em suas comunidades. Ainda assim, consideramos que conforme Avritzer (2008) as duas estratégias tinham um desenho institucional “de baixo para cima”, porque embora as ações fossem propostas pela equipe da campanha eram os participantes que traziam as questões a tona e que apontavam suas principais necessidades. Ou seja, para que as ações obtivessem sucesso era necessária a associação entre uma sociedade civil forte e organizada e uma vontade política no sentido de resolver as demandas dos participantes.

Neste sentido, também, destaca-se o fato de que a política no Brasil tem uma característica muito personalista, então a presença da Manuela nas localidades estimulava a participação destas pessoas. É importante mencionar também que esta participação mais destacada nos bairros pode ter relação com o fato de que os problemas enfrentados por eles são maiores e mais palpáveis, e, portanto são mais fáceis de serem materializados. Além disso, como os próprios participantes relatavam, eles se sentiam excluídos e nunca tinham recebido a visita de outros políticos, então enxergavam em Manuela alguém capaz de mudar a situação de vida no local e se agarravam a essa esperança.

No que se refere às estratégias é necessário dizer que a mais exitosa seguindo os critérios aqui adotados, especialmente o fomento a participação, foi o Bairro a Bairro. Pode-se dizer isso também pela maneira como os participantes se apropriaram de cada uma das ações. Como dito anteriormente, a participação adquiriu um significado diferente para os indivíduos que participaram do Bairro a Bairro do que teve para os que colaboraram com o Site #NovasIdeiasPOA.

A partir deste entendimento, consideramos que ambas as ações eram estratégias segundo o entendimento de De Certeau (2008), visto que eram propostas pelo agente hegemônico. Enquanto os participantes do Bairro a Bairro utilizaram táticas variadas para encontrar as brechas no sistema político e agirem em prol da sua comunidade os participantes do site #NovasIdeiasPOA não procuraram se movimentar no sentido de pautar a campanha da candidata - como afirmamos na análise do estudo de caso. Ainda que a falta da possibilidade de interação – um limite criado pela própria estrutura do site - tenha ajudado a produzir esse

resultado, é necessário problematizar que os indivíduos poderiam ter encontrado formas de fazê-lo, especialmente utilizando espaços como as redes sociais digitais, mas ainda assim não o fizeram. O ‘lado fraco’ da relação, ou seja, os participantes, foram muito mais atuantes no Bairro a Bairro do que no site #NovasIdeiasPOA, sendo que no primeiro os movimentos táticos foram recorrentes e auxiliaram na obtenção do sucesso do Bairro a Bairro tanto enquanto estratégia para a campanha quanto em melhorias para a comunidade atendida, de forma que os dois lados saíram ganhando.

Por fim, um aspecto importante que merece nossa atenção refere-se ao percurso metodológico empreendido nesta pesquisa. Foi possível constatar as dificuldades da pesquisa de campo, especialmente quando se trata de uma pesquisa *ex-post facto* (GIL, 2006). Mais do que respostas, a dificuldade da pesquisa nos traz questionamentos. Pelo que pudemos observar, a resistência dos indivíduos em serem entrevistados eram por motivos diferentes em cada uma das estratégias. Enquanto os participantes do Bairro a Bairro eram reticentes sobre a temática e pareciam não se sentir aptos a tratar de política, os do site #NovasIdeiasPOA pareciam não querer contribuir por não terem dado tanta importância à participação depositada no site. Compreendemos, então, que as dificuldades serviram para que nos questionássemos sobre estes aspectos que antes passaram despercebidos e também para que refletíssemos sobre as particularidades da pesquisa de campo e a flexibilidade necessária ao pesquisador quando o método inicialmente proposto não consegue responder aos questionamentos da pesquisa.

Concluimos dizendo, então, que esta investigação não pretende esgotar o assunto, mas sim contribuir para as discussões acerca da participação em campanhas eleitorais, das estratégias comunicacionais empregadas neste contexto de midiatização e de como este contexto modifica a relação entre os diversos campos sociais.

Acreditamos, também, que a pesquisa demonstra que é preciso que tanto o campo científico como o campo político voltem a dar atenção para estratégias convencionais e não se foquem somente no digital, para que uma ferramenta com um potencial democrático tão grande como a internet não acabe se transformando em somente mais uma forma de exclusão a uma parcela da população já tão excluída e à margem dos direitos sociais mais básicos, mas que seja, sim, uma nova ferramenta, uma nova possibilidade e crie novos canais participativos.

REFERÊNCIAS

AGGIO, Camilo. Internet, Eleições e Participação: Questões-chave acerca da participação e do ativismo nos estudos em campanhas online. In: MAIA, R. C. M; GOMES, Wilson; MARQUES, F. P. J. A. (Orgs.) **Internet e Participação Política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011a.

_____. Campanhas Online e participação: Um esforço preliminar de análise da atuação dos eleitores e dos agentes de campanha no projeto Proposta Serra. In: **Anais do XX Encontro da COMPÓS**. Porto Alegre, 2011b.

_____. Campanhas Online: O percurso de formação das questões, problemas e configurações a partir da literatura produzida entre 1992 e 2009. In: **Opinião Pública**, v. 16, p. 426-445. Campinas: UNICAMP, 2010.

_____; SAMPAIO, R. C.; MARQUES, F. P. J. A.; Introdução. In: MARQUES, F. P. J. A.; SAMPAIO, R. C.; AGGIO, C. **Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2013.

ALDÉ, A. **A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política**. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2001. 232 p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Política e Sociologia, Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

_____. Mídia, pluralismo e atitude política. In: **Democracia Viva**, v. 22. Rio de Janeiro, 2004.

_____; DIAS, H. **Intervalo surpresa: spots eleitorais na campanha municipal de 1996**. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1996. Disponível em: <<http://doxa.iesp.uerj.br/artigos/intervalosurpresa2.pdf>>. Acesso em: 01 de jun de 2013.

_____; MENDES, Gabriel Gutierrez; FIGUEIREDO, Marcus. Tomando partido: Imprensa e política nas eleições de 2006. In: **Política & Sociedade**, v.10, 2007.

_____; BORGES, J. Internet, imprensa e as eleições de 2002: pautando notícias em tempo real. In: **IV Encontro da ABCP**, Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <<http://doxa.iesp.uerj.br/artigos/aldeborges2004BRASA.doc>>. Acesso em: 06 de jun de 2013.

_____; ESCOBAR, J.; CHAGAS, V. A febre dos blogs de política. In: **Revista FAMECOS**, n 33. Porto Alegre, 2007.

AVRITZER, Leonardo (Org.). **A dinâmica da participação local no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2010.

_____. Instituições participativas e desenho institucional: algumas considerações sobre a variação da participação no Brasil democrático. In: **Opinião Pública**, Campinas, vol. 14, n. 1, junho 2008, p. 43-64.

_____. **Modelos de deliberação democrática**: uma análise do orçamento participativo no Brasil. A/C. Disponível em: <www.plataformademocratica.org/Publicacoes/12479_Cached.pdf>. Acesso em: 01 de jun. de 2013.

BALDISSERA, Rudimar. Estratégia, Comunicação e Relações Públicas. In: **Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Comunicação**. INTERCOM: Campo Grande, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000, p. 95-141.

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks**: how social production transforms markets and freedom. New Haven [Conn.]: Yale University Press, 2006.

BOURDIEU, Pierre. **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

_____. **O poder simbólico**. 16 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2008.

CUNHA, E. S. M. Inclusão social e política: o desafio deliberativo dos conselhos municipais de Assistência Social. In: AVRITZER, Leonardo (Org.). **A dinâmica da participação local no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2010, p. 93-128. 1v.

DE CERTEAU, Michel. Estratégias e Táticas. In: **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. 15 ed. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 2008.

DI FELICE, Massimo. **Auréola digital**: as manipulações tecnológicas do mundo e o fim do direito exclusivo da edição das informações. A/C. Disponível em: <<http://moodle.stoa.usp.br/mod/resource/view.php?id=33596>>. Acesso em: 01 jun. 2013.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: _____; BARROS, Antonio (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2007a.

_____. Estudo de caso. In: _____; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ed. São Paulo: Atlas, 2007a.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

FARIA, Cláudia Feres. Sobre os determinantes das políticas participativas: a estrutura normativa e o desenho institucional dos conselhos municipais da saúde e de direitos da criança e do adolescente no Nordeste. In: AVRITZER, Leonardo (Org.). **A participação social no Nordeste**. Belo Horizonte: UFMG, 2007.

_____; RIBEIRO, Uriella Coelho. Entre o legal e o real: o que dizem as variáveis institucionais sobre os conselhos municipais das políticas públicas? In: AVRITZER, Leonardo (Org.). **A dinâmica da participação local no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2010.

- FERNANDES, Luiz Carlos do Carmo. Tecnologia a serviço da cidadania política. In: **Compólitica**, n. 3, v. 2, jul-dez de 2013.
- FIGUEIREDO, M. et al. Estratégias de Persuasão em Eleições Majoritárias: Uma Proposta Metodológica para o Estudo da Propaganda Eleitoral. In: **Série Estudos**, n. 100, IUPERJ, julho de 1998.
- _____. Intenção de voto e propaganda política: Efeitos da propaganda eleitoral. In: **Logos**, Rio de Janeiro, v. 14, 2007.
- FLICK, Uwe. Introdução à Coleção Pesquisa Qualitativa. In: GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FOLLETO, Rafael; MALDONADO, Efendy. Tempos de mudança: os novos caminhos do Paraguai contextualizados à luz do relato de Juan Díaz Bordenave. In: **Rumores**. Edição 7. Jan-Jun 2010.
- FONSECA JUNIOR, Wilson C. da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. In: **Revista Fronteiras**, v. 2, n.3. São Leopoldo, 2005.
- _____. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- _____. Participação política online: questões e hipóteses de trabalho. In: MAIA, R. C. M; GOMES, Wilson; MARQUES, F. P. J. A. (Orgs.) **Internet e Participação Política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- _____. Esfera pública política e comunicação em direito e democracia de Jurgen Habermas. In: _____; MAIA, R. C. M. **Comunicação e democracia: Problemas & Perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.
- HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HJARVARD, S. Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In: **MATRIZES**, a. 5, n. 2. São Paulo, jan-jun 2012.
- IASULAITIS, S. Modalidades de participação política em websites eleitorais: uma análise de fóruns de discussão com uma proposta metodológica. In: MARQUES, F. P. J. A.; SAMPAIO, R. C.; AGGIO, C. **Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2013.

ITUASSU, Arthur; AZEVEDO, Dilvan. Repolitizando a representação: uma teoria para iniciativas digitais em prol dos processos político-representativos no Brasil. In: **Compólitica**, n. 3, v.2, jul-dez de 2013.

JACOBI, P. R. Políticas sociais locais e os desafios da participação cidadina. In: **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 7, n.3, p. 443-454, 2002.

JOHNSON, Thelma. **Pesquisa social mediada por computador: questões, metodologia e técnicas qualitativas**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

JOSGRILBERG, Fabio B. Michel de Certeau e mídia: táticas subvertendo lugares ou lugares organizando táticas? In: **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo: Poscom –UMESP, v. 37, p. 13 a 24, 2002.

LOURENÇO, Luiz Claudio. HGPE e Intenção de Voto – Observações sobre as Eleições de 1998 ao Governo de São Paulo e a Presidência da República. In: **XI Congresso dos Sociólogos do Estado de São Paulo**. São Paulo: PUC-SP, 2001. Disponível em: <<http://doxa.iesp.uerj.br/artigos/paper%20Congresso.pdf>>. Acesso em: 01 de jun de 2013.

MANIN, Bernard. **As metamorfoses do governo representativo**. A/C. Tradução de Vera Pereira. Disponível em: <http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_29/rbcs29_01.htm>. Acesso em: 23/01/2014.

MAIA, R. C. M. Democracia e internet como esfera pública virtual: aproximando as condições do discurso e da deliberação. In: **Congresso Internacional “Internet, Democracia e bens públicos”**. FAFICH/UFMG, 2001.

_____. Internet e esfera civil: limites e alcances da participação política. In: _____; GOMES, Wilson; MARQUES, F. P. J. A. (Orgs.) **Internet e Participação Política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados. In: **Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación**. ALAIC, jul/dec de 2004.

MARQUES, F. P. J. A. “Internet e participação política no caso do estado brasileiro: um relato de pesquisa”. In: **Em Questão**, v. 15, n.2, Porto Alegre, 2009.

_____. Participação, Instituições Políticas e Internet: Um exame dos canais participativos presentes nos Portais da Câmara e da Presidência do Brasil. In: MAIA, R. C. M; GOMES, Wilson; MARQUES, F. P. J. A. (Orgs.) **Internet e Participação Política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PATEMAN, Carole. **Participação e teoria democrática**. Carole Pateman; tradução de Luiz Paulo Rouanet. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

PÉREZ, R. A. G.. **Estrategias de comunicación**. Barcelona: Ariel, 2008.

PINHO, J. A. G. de; ABREU, J. C. A. de; WINKLER, I. (Re) Categorizando a política e a internet no Brasil: uma investigação com um grupo de estudantes universitários. In: **Contemporânea/Comunicação e Cultura**, n. 2, v.11 mai-ago de 2013.

RIBEIRO, Pedro Floriano. Campanhas eleitorais em sociedades midiáticas: articulando e revisando conceitos. In: **Revista de Sociologia e Política**, v. 22, p. 25-43. Curitiba, UFPR, 2004.

SAMPAIO, R. C. **Participação e Deliberação na Internet**: um estudo de caso do Orçamento Participativo Digital de Belo Horizonte. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). FAFICH/UFMG, 2010.

SERPA, Angelo. **Lugar e mídia**. São Paulo: Contexto, 2011.

SHIRKY, C. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

STROMER-GALLEY, Jennifer. Interação on-line e por que os candidatos a evitam. In: MARQUES, F. P. J. A.; SAMPAIO, R. C.; AGGIO, C. **Do clique à urna**: internet, redes sociais e eleições no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2013.

WEISS, Robert S. **Learning from strangers**: the art and method of qualitative interview studies. New York: The Free Press, 1994.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Entrevistas

ANA MARIA. Participante do Site #NovasIdeiasPOA. Porto Alegre, 17 de maio de 2013. Entrevista concedida a Gabriela Assmann.

ANDRÉ. Participante do Bairro a Bairro. Porto Alegre, 06 de abril de 2013. Entrevista concedida a Gabriela Assmann.

BRUNA. Participante do Bairro a Bairro. Porto Alegre, 08 de outubro de 2013. Entrevista concedida a Gabriela Assmann.

CAMILA LUÍSA. Participante do Site #NovasIdeiasPOA. Porto Alegre, 17 de maio de 2013. Entrevista concedida a Gabriela Assmann.

CRISTINA ELY. Integrante da Coordenação da Campanha. Porto Alegre, 04 de abril de 2013. Entrevista concedida a Gabriela Assmann.

EDSON. Participante do Bairro a Bairro. Porto Alegre, 06 de abril de 2013. Entrevista concedida a Gabriela Assmann.

FABRÍCIO. Participante do Site #NovasIdeiasPOA. Porto Alegre, 17 de maio de 2013. Entrevista concedida a Gabriela Assmann.

LOÍSE. Participante do Bairro a Bairro. Porto Alegre, 08 de outubro de 2013. Entrevista concedida a Gabriela Assmann.

MANUELA D'ÁVILA. Deputada Federal e Candidata à Prefeita de Porto Alegre em 2012. Porto Alegre, 04 de abril de 2013. Entrevista concedida a Gabriela Assmann.

REGINA. Participante do Bairro a Bairro. Porto Alegre, 13 de outubro de 2013. Entrevista concedida a Gabriela Assmann.

SARA. Participante do Site #NovasIdeiasPOA. Porto Alegre, 16 de maio de 2013. Entrevista concedida a Gabriela Assmann.