

Política, Sociedade e Tecnologias da Informação*

João de Almeida Santos**

Resumo

A política e a comunicação estão a passar por profundas transformações que atingem a sua própria estrutura nuclear. Elementos decisivos nestas transformações são as TICs e a Rede. Em particular, as plataformas móveis de comunicação ocupam não só um lugar muito especial e relevante nestas realidades como representam de forma muito significativa uma ruptura relativamente às velhas plataformas de comunicação, incidindo designadamente na própria configuração dos agentes da comunicação e da política, ao ponto de induzir um novo tipo de poder que, na feliz expressão de Jesús Timoteo Álvarez, designamos por *poder diluído*. Esta transformação atinge a democracia no seu núcleo essencial, deslocando a sua centralidade das grandes organizações para os cidadãos singulares e inaugurando uma nova *democracia de cidadãos*, onde a realidade digital ocupa um lugar muito importante, quer como esfera de auto-organização política e comunicacional da cidadania quer como espaço onde se afirma um novo conceito de poder.

Palavras-chave: TICs, prosumer, plataformas multimédia móveis, comunicação individual de massas, catch-all net

*. Oração de Sapiência, proferida na ULHT, no Dia da Universidade, em 12.04.20

** Professor Catedrático, Diretor da Faculdade de Ciências Sociais, Educação e Administração e do Departamento de Ciência Política, Segurança e Relações Internacionais da Universidade Lusófona. Diretor da ResPublica. Coordenador do CICPRIS.

178 *Abstract*

Politics and communication are undergoing deep changes that affect their own nuclear structure. Decisive elements in these transformations are the ICT and Internet. Particularly, mobile communication platforms have not only a very special and important place in these realities, but they also represent a very significant disruption respect classic media platforms, focusing particularly on the own configuration of the communication and politics agents, inducing a new kind of power that Jesús Timoteo Álvarez called *diluted power*. This transformation affects democracy in its essential core, shifting its centrality from great organizations to individual citizens and promoting a new *democracy of citizens*, where digital reality occupies a very important place, either as political and communicational self-organization of citizenship or as a space where a new concept of power is gaining ground.

Keywords: ICT, prosumer, mobile multimedia platforms, mass self-communication, catch-all net

Introdução

179

O fio condutor da minha reflexão sobre política e sociedade será o das tecnologias: *Política, Sociedade e Tecnologias da Informação*. Porque são elas que hoje estão a provocar uma autêntica revolução civilizacional com os paradigmas da modernidade a ficarem definitivamente superados, embora, como dizia o filósofo, o antigo acabe e o novo tarde a afirmar-se. A discussão é antiga. Em que medida as tecnologias são o grande motor das transformações sociais? E a resposta mais comum foi sempre a de que elas são meros instrumentos ao serviço da vontade dos homens e das sociedades. Recordo a posição do marxista Nicolai Bukharin – uma das vítimas de Estaline – sobre a centralidade da técnica nas transformações sociais, na sua famosa *Teoria do Materialismo Histórico*, de 1921 (Bucharin, 1977)! Mas recordo também a crítica que lhe fizeram Lukács e Gramsci. Lembro também as surpreendentes posições de Lenine sobre a necessidade de introduzir o *taylorismo* como factor de desenvolvimento da União Soviética. E, em geral, lembro a importância da imprensa, com Gutenberg, da maquinaria industrial ao serviço da revolução industrial, da introdução do telex nas comunicações, da rádio, da televisão, da robótica industrial, da Internet. Todas elas marcaram momentos decisivos na evolução da humanidade.

Sem dúvida que a tecnologia sempre teve um papel decisivo na evolução das sociedades. Quando Adam Smith, em *A Riqueza das Nações*, em 1776, fala da *divisão do trabalho* como a base essencial para o aumento da produtividade, um dos três factores decisivos para isso era precisamente o da introdução das máquinas no processo produtivo (Smith, 1979). O próprio Marx defendera, em *O Capital*, a importância decisiva da tecnologia na produção da mais-valia relativa, substituindo a produção de mais-valia absoluta obtida pelo prolongamento da jornada de trabalho. A Ciência e a Tecnologia haveriam de se tornar nas principais forças produtivas. Cito um exemplo. Nos anos 1980, a FIAT informatizou e robotizou o processo de produção dos Fiat Mirafiori. Conseguiu, deste modo, em dez anos, duplicar a produção de automóveis por operário e quase quadruplicar o valor acrescentado por operário (Santos, 1999). O avanço que, entretanto, se verificou na robótica industrial e nas tecnologias da informação e da comunicação veio a produzir uma autêntica mudança epocal: passámos definitivamente a uma era pós-fordista, pós-industrial e pós-moderna do ponto

- 180 de vista das relações sociais, produtivas, de trabalho, existenciais e comunicacionais.

I. Mobilidade e Inteligência Tecnológica

Mas há, no meu entendimento, dois momentos fulcrais que marcam uma profunda rotura de paradigma nesta evolução. Um deles reside precisamente na incorporação de inteligência na tecnologia, na directa conversão tecnológica da ciência, na passagem do hardware ao software, na passagem da fase mecânica para a fase da inteligência artificial. Poderia exemplificar com a robótica industrial: a construção dos robots de comportamento não determinístico, robots que conseguem corrigir os próprios erros. Isto sem referir as utopias tecnológicas que prevêem uma robótica dotada de sentimentos e emoções. Todos nos lembramos do supercomputador Hal de *2001 Odisseia no Espaço*, de Stanley Kubrick, um filme de 1968.

O outro momento verifica-se na passagem para as tecnologias móveis, que não conhecem fronteiras nem territórios, nem estão dependentes de pesadas estruturas industriais e de altos níveis de desenvolvimento económico para a sua operacionalização. Ou seja, para as tecnologias que podem ser accionadas em qualquer contexto. É este aspecto que marca a diferença entre uma revolução industrial e uma revolução pós-industrial.

De facto, a posição que se possa tomar sobre o papel da tecnologia nas transformações sociais e na evolução civilizacional deverá tomar estes dois aspectos em consideração. São eles que explicam a crescente relevância da tecnologia, uma vez que a mobilidade e a inteligência tecnológicas induziram um verdadeiro salto qualitativo na influência da tecnologia sobre as transformações sociais. Ou seja, a tecnologia deixou de funcionar como uma mera prótese externa da acção humana para passar a funcionar como prótese interna. Deixou de funcionar como um mediador puramente instrumental e mecânico entre o homem e o seu ambiente externo. Nesta passagem, a tecnologia acabou por assumir a forma de uma prótese interna, produzindo mutações de natureza quase genética no aparelho cognitivo e sensorial dos utilizadores.

Se nos tempos tayloristas d'*Os Tempos Modernos* (1936), de Charlot, tínhamos a robotização do operário industrial, a que, de resto,

se acrescentava o fordismo existencial¹, agora, com a sofisticação das TICS e da nova robótica, a incidência da tecnologia sobre a nossa estrutura interna é ainda mais complexa e sofisticada. Ou seja, não só a tecnologia passa a funcionar como sofisticada prótese, interna e externa, cognitiva, sensorial, mecânica e instrumental dos utilizadores, mas dela desprende-se também uma nova *qualidade emergente*: uma capacidade reforçada de capturar os próprios utilizadores, de colonização digital dos comportamentos e atitudes. Como? Sobrepondo-se de tal modo às relações interpessoais ou orgânicas que estas acabam por se tornar realmente residuais. De facto, as plataformas multimédia móveis não só já se tornaram imprescindíveis aos utilizadores como já os mantêm capturados como membros de uma comunidade digital cada vez mais invasiva e poderosa.

Elas transmitem uma sensação de poder quase ilimitado que lhes advém do acesso ao espaço público universal. Na dupla condição de receptor e de pesquisador de informação, mas também de protagonista virtual como produtor de conteúdos. *Prosumer*: produtor e consumidor. Mas não só. Estas plataformas já saíram do virtual *descendo* ao plano orgânico das relações sociais, colonizando-as ou accionando-as, promovendo-as ou tornando-as residuais. E vieram para ficar, aumentaram a sua importância nos processos sociais, sofisticaram-se e aumentaram o poder dos utilizadores. Mas sobretudo elas ficaram em condições de gerar o seu próprio ambiente, constituindo-se como sistemas diferenciados e dotados de capacidade autopoietica e de autonomia operativa, como queria Luhmann. Rede, Redes Sociais, Plataformas multimédia móveis. E é precisamente pelo seu carácter móvel que estas plataformas fazem descer a rede ao nível das relações interpessoais e comunitárias: por um lado, no plano macro, mobilizando-as quer na esfera virtual quer na esfera orgânica; e, por outro lado, no plano micro, colonizando as relações interpessoais e comunitárias ao ponto de as desvitalizarem. Há na *net* fotos de amigos em convivência... mas com todos menos com aqueles que ali se encontram fisicamente ao seu lado! E se é verdade que elas são um factor impressionante de produtividade,

1. Veja-se a este propósito as observações de Antonio Gramsci (1975: 2164-2169) sobre o americanismo e fordismo em *Quaderni del Carcere* [Q. 22 (V), § <11>], ou seja, a necessidade de racionalizar a vida dos operários para que o seu equilíbrio psico-físico possa ser salvaguardado com vista a uma melhor performance e a uma maior racionalização do processo produtivo.

182 também é verdade que elas podem pura e simplesmente anulá-la se usadas indevidamente no próprio ambiente de trabalho. Mas também acontece que elas podem colonizar o próprio tempo de vida quando passam a funcionar como ininterrupto instrumento de trabalho.

Esta última questão tinha sido posta a propósito do papel da televisão na desestruturação do ambiente comunitário familiar quando foi vista como um intruso que capturava a atenção de todo o núcleo, provocando um imenso ruído na convivência familiar. Intruso que ainda por cima provocava uma radical transformação da geografia situacional dos próprios indivíduos e grupos sociais. Como bem demonstra Joshua Meyrowitz, num excelente livro de 1985, *No Sense Of Place*, a televisão veio determinar o fim da *compartimentação* da comunicação relativa a grupos sociais (por exemplo, nas relações entre crianças/adultos ou homens/mulheres) ou mesmo o fim da compartimentação de planos (por exemplo, entre os bastidores e o palco da política ou entre o privado e o público). Tudo converge para o ecrã. Sabemos que este processo se tornou socialmente intenso a partir dos anos '60 com o crescimento exponencial da socialização televisiva. Esta compartimentação já fora, na origem, destroçada pelo *transistor*, fruto da revolução da microelectrónica nos anos '40. O *transistor* rompeu, em relação à rádio convencional, a geografia situacional do ouvinte, uma vez que alterou a estrutura fixa dos espaços compartimentados da audição, derrubando paredes e fronteiras, descomunitarizando a audição e tornando a audição rádio um acto sem sentido de lugar e, sobretudo, um acto singular, não comunitário. É certo que a televisão convencional, como a velha rádio, ainda continua a processar-se em espaços com fronteiras e em comunidade, mas o essencial é que ela já migrou para as plataformas digitais e em rede, passando a processar-se no interior de outro modelo de comunicação. Tal como a rádio. Mas esta já produzia uma rotura interna no modelo de comunicação via imprensa. A imprensa exigia decodificação analítica da mensagem e literacia para permitir participação no processo comunicativo. Mas a rádio não, uma vez que a audição rádio solicita simplesmente os mesmos mecanismos sensoriais que usamos na vida quotidiana, não exigindo outros compromissos operativos, cognitivos ou sensoriais.

Mas a verdade é que o sistema operativo interno da televisão, que manteve – antes de migrar para a rede – a geografia situacional do telespectador numa posição muito semelhante à da rádio tradicional,

veio superar as barreiras tradicionais, uma vez que, funcionando essencialmente com base na imagem, passou a ter uma capacidade de projecção universal, um dispositivo capaz de impor o presente como tempo dominante e de romper com a compartimentação do real, derubando fronteiras. Mas possuía também:

1. a capacidade de dilatar e expandir o real para além das suas dimensões físicas (um estádio de futebol é maior em televisão do que na realidade; tudo é maior em televisão – até a importância das pessoas);
2. a capacidade de transfiguração das relações de representação, num efeito de proximidade e de banalização: um pivô de telejornal pelo facto de nos entrar todos os dias pela casa dentro transforma-se, no real, num velho conhecido muito familiar a quem podemos abordar e tratar por tu na rua; ou
3. a capacidade de alterar a natureza dos fenómenos sociais, propondo-nos um efeito de repetição/*replay* daquilo que, afinal, é único e irrepetível: ao perder em pleno estádio de futebol um golo da minha equipa, fiquei por momentos à espera do *replay*, tal era o hábito de ver futebol na televisão (Santos, 2000).

Ou seja, a televisão passou a funcionar não só como uma nossa prótese cognitiva externa, mas também como uma nossa autêntica prótese cognitiva interna no plano das nossas relações sensoriais, perceptivas e cognitivas.

Tudo isto revolucionou a comunicação, que antes era própria da imprensa tradicional ou da rádio que, de resto, como vimos, também introduziu importantes mutações no processo comunicacional relativamente à imprensa.

II. A Descomunitarização da Comunicação

Mesmo assim, a televisão, até a digital, ainda surge essencialmente como uma prótese, uma plataforma externa. Tal como os computadores fixos. Tal como a rádio convencional, antes do transístor. Na verdade, o grande salto consistiu na introdução destas plataformas multimédia móveis que dispõem de sistemas operativos altamente sofisticados e capazes de nos autonomizar relativamente à comunidade, às fronteiras, ao território. Elas, com efeito, à semelhança do que acontecera

184 com o transistor, vieram permitir a descomunitarização total da comunicação, o acesso individualizado, imediato e sem limites à informação e à livre entrada no espaço público universal, na condição de *Prosumer*. Uma descomunitarização que pode até provocar um forte ativismo social (as redes sociais) ou, então, o seu contrário, a desvitalização das relações comunitárias ou interpessoais, por efeito de sobreposição (Santos, 2001; 2014).

Se é verdade que a rede já representa uma revolução tecnológica absolutamente radical ao ponto de estar a induzir uma revolução civilizacional, mais profunda se torna quando ela se processa agora através de plataformas multimédia móveis que tornam os indivíduos completamente independentes e detentores de um poder de relacionamento à distância que nunca se verificou no passado. De resto, o modelo de comunicação da rede que as suporta é um modelo completamente novo em relação ao anterior modelo de comunicação social: ele está estruturado numa lógica relacional onde os sujeitos da comunicação funcionam como variáveis independentes num imenso espaço intermédio onde todos se relacionam com todos, dando lugar àquilo que Manuel Castells chama *mass self communication*, comunicação individual de massas, bem diferente daquela *mass communication* accionada pelo velho modelo mediático de comunicação, assente na relação emissor-receptor, sujeito-objecto ou produtor-consumidor. A rede, pelo contrário, introduz a dimensão individual e subjectiva no interior do processo de massificação da comunicação, conjugando qualidade com quantidade, substância e função, de forma absolutamente eficaz. O que é radicalmente novo.

Mas se é verdade que se estão a processar profundas mudanças na comunicação e, portanto, na sociedade, também é verdade que estas mudanças se estão a produzir, em formato muito variável, na própria política. Quem estude a evolução das relações entre política e comunicação a partir dos anos cinquenta do século passado pode verificar como se tornou central no processo político a televisão, colonizando a narrativa política. É certo que o audiovisual já chegara à narrativa política no período das grandes ideologias. Falo do cinema e da propaganda política do nazismo, por exemplo. Falo de Leni Riefenstahl, do filme *Triumph des Willens* e dos 700 mil figurantes que, em 1934, encheram a cidade de Nuremberga, esse imenso palco onde Hitler aterrou como *deus ex-machina que resolve todos os problemas*

que a Alemanha tem, a partir de uma sua imagem endeusada². Mas falo também dos sofisticados filmes de Eisenstein e da glorificação da União Soviética: de *Alexandre Nevsky* a *Ivan o Terrível*. Falo da própria rádio, que foi utilizada como importante instrumento político por Roosevelt, nas suas famosas conversas à lareira. Sim. Mas a verdade é que a grande viragem se deu, de facto, com a televisão. Todas as técnicas de comunicação política acabaram por convergir, a partir dos anos '50 do século passado, no sentido de um uso eficaz do monitor como instrumento central para a conquista do consenso: a imagem, a personalização, o uso de filtros, os primeiros planos, a composição de cenários, a simplificação do discurso, as campanhas negativas, a escolha dos tempos de comunicação, a informação como narrativa-ficção – tudo isto integrou a comunicação política, que acabou também por evoluir das campanhas eleitorais para as *permanent campaignings*, da lógica dos spots televisivos para a propaganda travestida de informação, nos noticiários, em *prime time*. Ficou célebre a famosa aterragem de G.W. Bush no porta-aviões Lincoln, aquando do regresso dos soldados americanos do Iraque em 2003: um Bush *top-gun presidencial* futuro adversário do medalhado de guerra John Kerry. A verdade é que a informação sob forma de narrativa audiovisual permite construir um discurso mais eficaz e fechado onde os pequenos truques ou mentiras não podem ser desmontados com eficácia. Onde a dicotomia verdade-mentira fica, aos olhos do grande público, esbatida na complexidade da textura narrativa. E, por isso, este modelo de comunicação é o mais adequado à promoção das técnicas *spinning* que têm dominado a comunicação política actual e onde se evidenciaram nomes como Karl Rove (o operacional de George W. Bush), Alastair Campbell ou Peter Mandelson (os dois principais operacionais de Tony Blair) ou o do padrão da Fox, Roger Ailes, consultor de vários Presidentes americanos e mesmo europeus. É também conhecida a evolução do White House Office of Communications, a partir da Presidência Nixon, no sentido de uma evolução da informação para comunicação em registo narrativo e ficcional, sobretudo em torno da figura do Presidente, mais adequado à produção instrumental de efeitos especiais sobre o discurso público do que a um registo simplesmente informativo, objectivo e descritivo (Canel, 2008). Veja-se o filme *Wag the Dog*, *Manobras na Casa Bran-*

2. In <http://www.youtube.com/watch?v=GHS2coAzLJ8>.

- 186 ca. Nesta passagem, a televisão ocupou um lugar muito relevante, ao ponto de, logo nos anos '60, com John Kennedy, se ter dado início a sessões presidenciais de *media performance*. E, mais recentemente, com Berlusconi, em 1993-1994, a selecção dos candidatos a deputados por *Forza Italia*, o seu partido, ser feita através de performances televisivas, durante uma semana.

O modelo em causa no universo de comunicação política que acabo de referir é um modelo de tipo vertical, onde a comunicação é sempre gerada, trabalhada e difundida a partir de um centro que a difunde para o exterior, para milhões ou, mais precisamente, para as massas, o público, os consumidores, os clientes. Este é um modelo próprio da sociedade de massas, de uma sociedade de consumidores exógena ao processo de produção da informação.

III. Do *Prosumer* ao Poder Diluído

Ora eu creio que a política e a comunicação estão a conhecer uma mutação estrutural profunda, com alteração radical de paradigma. Trata-se da sociedade de massas, de um cidadão-consumidor de mercadorias simbólicas, da própria ideia de *público*. Se é verdade que no domínio dos bens transaccionáveis a natureza da relação entre produtor e consumidor ainda se mantém de certo modo inalterada, já no domínio da Informação e Comunicação esta relação, com a emergência da Rede, conheceu uma mudança estrutural radical. Ou seja, os conceitos de massas e de comunicação conheceram uma autêntica transfiguração, passando o indivíduo singular a ganhar um protagonismo que não lhe era reconhecido nem possibilitado pelo anterior modelo de comunicação, muito mais amigo de uma *cultura das grandes organizações*. Este novo modelo é o modelo digital e reticular que funciona como um ilimitado *espaço intermédio* onde a comunicação passa a ocorrer como *fluxo entre variáveis independentes*. Numa lógica relacional. E, assim sendo, tudo muda na comunicação. De resto, toda a comunicação está a migrar para a rede. Porquê? Não só porque esta se está a impor a um ritmo verdadeiramente impressionante, mas sobretudo porque o modelo digital e reticular de comunicação está em condições de acolher no seu seio, potenciando-o, o velho modelo mediático, com o qual é totalmente compatível, embora com ele não seja intercambiável. Ritmo impressionante, dizia: em Portugal, num ano (de 2010 para 2011), o

Facebook cresceu em implantação 11%, passando de 25% para 36% da população. Em 2012 já representava quase metade da população. Em finais de 2015 (Novembro) já era de 53,97%, correspondendo os *users* de Internet a 67,6% do total da população. Na China, em dez anos (2003-2012), os utilizadores da Rede passaram de 59 milhões para cerca de 536 milhões. Em Itália, o M5S tem sede em <http://www.beppegrillo.it>³. É um partido digital que quer uma cidadania digital e uma democracia digital. E só tem cerca de 7 anos de existência.

E, todavia, este novo modelo introduz uma nova lógica que tende cada vez mais a destroçar a velha. Ou seja, se o velho modelo era sobretudo funcional às grandes organizações (grandes partidos e grandes media), que dominavam e tornavam exclusivo o acesso ao espaço público, subalternizando e controlando totalmente o livre exercício da cidadania comunicacional (o famoso *gatekeeping*), pelo contrário, o novo modelo é mais funcional ao indivíduo singular do que às grandes organizações.

E porque é que este novo modelo digital é mais funcional ao indivíduo singular do que às grandes organizações?

Precisamente porque a rede é:

- a. directamente acessível, sem mediações, em todas as suas potencialidades;
- b. mas também porque é universal e instantânea;
- c. porque, nela, a comunicação é feita entre variáveis independentes (e não na óptica da relação sujeito-objecto), onde a determinante é a relação e não os seus membros;
- d. porque nela não há hierarquias;
- e. e porque não está sujeita ao chamado *gatekeeping*, ao *establishment* mediático.

Tudo isto coloca o cidadão em condições não só de se informar em todas as direcções, mas também, e sobretudo, de se protagonizar livremente no espaço público, bastando-lhe para isso apenas capacidade, saber e criatividade.

3. Após as últimas eleições, em 2014, o Partido Democrático tornou-se claramente o maior partido italiano. O M5S baixou um pouco a percentagem de eleitores que nele votaram, mas manteve-se como segunda grande força política italiana, com cerca de 23% do eleitorado. Veja-se Santos (2013).

O novo conceito é, pois, *prosumer*, produtor e consumidor.

O que está a acontecer não pode deixar de ter implicações quer no plano da política quer no plano dos media. É verdade que todas as organizações já estão presentes na Rede. Mas, na generalidade, não estão lá com a lógica da rede. Estão lá, sim, numa lógica instrumental, a sua própria lógica. E a verdade é que a lógica da Rede é mais a do *poder diluído* do que a do *poder das organizações*. Uma lógica de auto-organização. Não de etero-organização. O que pretendo dizer é que as grandes organizações, *media* ou partidos, estão modeladas, em termos de comunicação, com a lógica inscrita na relação simples entre sujeito e objecto ou entre produtor e consumidor, mas não com a lógica do *prosumer* e do *poder diluído*. É por isso que elas tentam colonizar a rede, replicando as relações de força externas.

IV. *Catch-All Net*

Quando se procurou caracterizar os partidos em busca de uma nova forma, nos anos 1980 – por exemplo, os trabalhistas ingleses, evoluindo do Labour para o New Labour de Neil Kinnock, John Smith e Tony Blair –, o nome que se encontrou foi *catch-all Parties*. Por sua vez, para designar os correspondentes *media* também foi possível falar em *catch-all Media*, dadas as semelhanças entre os grandes partidos com vocação governativa e os grandes *media*: a procura do grande centro e da chamada *middle class*. São esses *media* que Daniel Hallin e Paolo Mancini (2004) identificam com o modelo liberal, o modelo dominante. Estes *media* e estes partidos, enquanto organizações, libertaram-se muito da pressão político-ideológica, da representação de classe, olhando mais para a sociedade como mercado, intensificaram o nível de profissionalização, centralizaram o poder decisional, passaram a ser intérpretes das expectativas difusas das audiências ou do eleitorado.

Tudo isto é verdade e representa uma evolução interna da narrativa mediática e política. Certamente, mas, entretanto, a Rede veio romper com esta evolução linear e com este modelo próprio da sociedade de massas. Deste modo, depois dos *catch-all Parties* e dos *catch-all media*, poderíamos então falar de *catch-all net*.

Barack Obama, num modelo altamente personalizado de exercício da política, e com um imponente *back-office* partidário na retaguarda, o Partido Democrata, na sua campanha eleitoral conseguiu, através

da Rede, 67% do total dos cerca de 600 milhões de dólares da sua primeira campanha. O que diz muito sobre a capacidade *catch-all* da Rede. Se verificarmos a sua taxa de cobertura nos principais países desenvolvidos ficamos impressionados com os números, em particular se comparados com as taxas de leitura da imprensa. Falamos de níveis de cobertura da Rede, para 2012, equivalentes a 55,2% em Portugal (novembro de 2015: 67,6%), a 79,6% em França (83,8%), a 78,1 % nos Estados Unidos (87,4%), ou a 83,0% na Alemanha (88,4%)⁴. Mas, se fizermos uma comparação entre as taxas de cobertura da Rede e da imprensa escrita em Portugal e as que se verificam nos outros países o diferencial é enorme no que toca às taxas de cobertura de jornais, sendo muito menor no que toca à Rede. E menor ainda se olharmos para o crescimento exponencial que se está a verificar no Facebook: mais de metade da população.

V. Uma Democracia de Cidadãos

A política democrática não pode, por isso, deixar de reflectir esta mudança estrutural. Julgo ter demonstrado, num ensaio que publiquei na Rede (Santos, 2010), que o modelo mediático de comunicação só é simétrico ao modelo inscrito na democracia representativa no plano do sujeito do discurso, ou seja, os *media* ocupam um lugar equivalente ao dos partidos, sendo ambos sujeitos de discurso, um, de informação, o outro, de propostas políticas. Mas não é simétrico no plano do consumidor, já que este não equivale exactamente ao cidadão, porquanto não possui uma verdadeira função constituinte como, pelo contrário, acontece com os cidadãos eleitores relativamente ao sistema político representativo (na fase constituinte, mas também na renovação sistemática do contrato social). De facto, uma das críticas que hoje é feita à política é a de ter permitido (colaborando activamente nisso) uma autêntica transmutação do *cidadão activo* em mero *espectador* da *representação política*, quando o que deveria ter acontecido era a transmutação do *espectador* em *cidadão activo*. Foi essa, de resto, no plano estético, no teatro, a intenção de Bertolt Brecht quando introduziu o conceito de *efeito de distanciamento* (*Entfremdungseffekt*).

4. <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm>; <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>.

Ora, o que veio a acontecer com a Rede é que, nela, o *prosumer* possui, tal como o cidadão, *capacidade constituinte*, precisamente enquanto *prosumer*. Verifica-se, assim, na minha perspectiva, uma simetria perfeita entre os dois modelos: o da Rede e o da democracia representativa. Ou seja, o que se verifica é que o clássico modelo de funcionamento dos partidos e dos *media* não era totalmente simétrico relativamente à estrutura de funcionamento prevista pela própria democracia representativa. Pelo contrário, essa simetria viria a acontecer com a Rede. E, todavia, o que agora falta (em parte) é o equivalente político, visto que a lógica organizacional dos grandes partidos ainda continua a prevalecer. Mas, como vimos nas últimas autárquicas em Portugal, de 2013, o sistema convencional de partidos começa sofrer uma forte concorrência pelas novas formas de *auto-organização da cidadania*, que usam abundantemente as redes sociais como forma privilegiada de mobilização. Elas representam, com efeito, uma forma de emancipação política individual e *pós-partidária*. E são já provavelmente a terceira força política, pelo menos no plano autárquico⁵.

E este é já o mundo dos *prosumers* políticos.

Na verdade, e ainda que se admita que o modelo partidário acaba sempre por ter como destinatário, a jusante, um cidadão com poder constituinte, no modelo mediático de comunicação o consumidor mantém-se passivo, não tendo capacidade constituinte sobre o espaço público, que mais não seja porque está sempre sujeito ao poder de *gatekeeping* exercido inapelavelmente pelo *establishment* mediático. A simetria mantém-se, assim, imperfeita no plano da equivalência entre *consumidor* e *cidadão*. Em qualquer caso, e ainda que a subjectividade partidária tenha vindo, a montante, a reduzir cada vez mais o cidadão a um mero *consumidor de produtos políticos*, a verdade é que o cidadão mantém sempre, a jusante, uma capacidade constituinte originária, que repousa na sua capacidade de voto. E ainda que, acrescente-se, a *legitimidade de mandato* já não seja o que era, isto é, tenha sido substituída, em grande parte, por aquela que eu designo como *legitimidade flutuante*, uma legitimidade ao sabor das flutuações da opinião pública. E ainda que, diria mais, ao cidadão não tenha restado senão uma *função designativa*, ou seja, a da simples escolha dos

5. A terceira força política autárquica em mandatos nas Assembleias de Freguesia e a quarta em Presidências de Câmara.

representantes que não a de dar uma estável e permanente *legitimidade de mandato*.

Mas, então, com esta nova realidade, verifica-se que o *poder diluído* é aquele que melhor corresponde quer à Rede quer à democracia representativa? Caminhamos para uma democracia de *prosumers*? Não de partidos, mas de cidadãos?

O que pretendo demonstrar com este discurso é que tudo aponta para a inauguração de um novo ciclo na secular evolução da democracia. E esse novo ciclo tem tudo a ver com a revolução na comunicação, com uma radical mudança de paradigma, lá onde a centralidade do indivíduo descoberta e proposta com a instauração do sistema político representativo viria a conhecer um impulso decisivo, ao resolver o duplo *handicap* de *passividade política* e *informativa* de que continuava a ser portador o cidadão eleitor. É certo que os *media*, da imprensa ao audiovisual, foram decisivos para a consolidação das duas fases de desenvolvimento da democracia, que são conhecidas como *democracia de partidos* (século XX) e *democracia do público* (finais do século XX e início do século XXI). Mas foi com a emergência da Rede que a individualidade se pôde começar a informar livremente à escala universal e livre de barreiras físicas à satisfação da sua curiosidade, mas também a exprimir-se publicamente com a liberdade de quem não tem que pedir autorização aos guardiões do espaço público, num registo que, afinal, será eticamente bem mais exigente do que todos os códigos éticos que conhecemos até aqui. Um registo que é equivalente ao que marca o gesto singular do cidadão quando, na solidão da urna de voto, exerce o seu direito de *reconstituição* e de *relegitimação do poder* no signo daquele que é certamente o lapidar princípio da democracia representativa e que foi formulado por Kant, na *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*, com o nome de *imperativo categórico*: «age como se a máxima da tua vontade pudesse valer ao mesmo tempo e sempre como princípio de uma legislação universal» (Kant, 1960). Ou seja, no voto, o princípio da liberdade está conjugado à máxima potência com esse outro princípio, tão esquecido: o princípio da responsabilidade. Neste sentido, e quer no plano da comunicação quer no plano da decisão político-eleitoral, a lógica digital e da rede induz uma exigência de responsabilidade muito mais intensa e ampla do que a lógica mediática, porque ela interpela o cidadão singular para além das afinidades corporativas reunidas em torno de um qualquer *código ético* ou deon-

192 tológico. E esse cidadão singular é cada vez mais um centro complexo de decisão, de informação e de comunicação, mas também de pertenças múltiplas, lá onde comunicação e política convergem em unidade perfeita. É por isso que eu digo que entre a Rede e a Democracia existe uma simetria perfeita. E é por isso que, ao contrário do que poderia parecer, o meu não é um discurso pessimista.

Finalmente, pela Rede podemos ver que a comunicação não é uma variável exógena ao sistema democrático, mas sim uma variável interna do próprio sistema. E tão importante que acabará por determinar mutações tão profundas no sistema que levarão a uma autêntica integração e superação dos modelos até agora conhecidos: a política evoluirá de tal forma que acabará por produzir uma nova forma de democracia que, sem destruir o sistema representativo, possa ao mesmo tempo incorporar a democracia directa, agora não através de mecanismos imperativos de natureza comunitária ou sequer dos clássicos meios já praticados, como, por exemplo, o referendo, mas sim através de um recentramento do papel do indivíduo singular, enquanto cidadão activo, na regular reconstrução da legitimidade do poder. Aqui o indivíduo, pela primeira vez na história, não é dissolvido na comunidade, nas formas organizacionais ou nessa multidão solitária que constitui materialmente a *sociedade de massas*. É neste registo que eu valorizo a intuição genial do Manuel Castells quando nos propõe esse feliz conceito de *mass self-communication*, de *comunicação individual de massas*. E quando fala de *Democracia de cidadãos*, que é, afinal, nome para designar aquilo a que muitos chamam *democracia deliberativa*. Tratando-se, verdadeiramente, de devolver ao cidadão algo que, em boa verdade, nunca lhe pertenceu. E este será, no meu entendimento, o nosso grande desafio do futuro!

Referências Bibliográficas

- Bucharin, N. (1977). *Teoria del Materialismo Storico. Manuale Popolare di Sociologia Marxista*. Firenze: La Nuova Italia.
- Canel, M.J. (2008). *Comunicación Política. Una Guía Para su Estudio y Práctica*. 2ª ed. Madrid: Tecnos.
- Gramsci, A. (1975). *Quaderni del Carcere*. Torino: Einaudi.
- Hallin, D.C. & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Kant, I. (1960). *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*. Coimbra: Atlântida.
- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Santos, J.A. (1999). *Os Intelectuais e o Poder*. Lisboa: Fenda.
- Santos, J.A. (2000). *Homo Zappiens. O Feitiço da Televisão*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Santos, J.A. (2001). Cosmopolis. Categorias para uma nova política". In: VVAA, *Novo Ciclo: A Política do Futuro*. Lisboa: Editorial Notícias, pp. 61-89.
- Santos, J.A. (2014). *Cosmopolis – Un nuevo paradigma para el siglo XXI*. Online: <http://www.tendencias21.net/comunicacion/Cosmopolis-Un-Nuevo-Paradigma-para-el-Siglo-XXI_a21.html> (referência 29-09-2014).
- Santos, J.A. (2010). *La Red y la Democracia: ¿Una Simetría Perfecta?*. Online: <http://www.tendencias21.net/comunicacion/La-Red-y-la-Democracia-una-simetria-perfecta_a18.html> (referência 29-09-2014).
- Santos, J.A. (2013). *A Política e a Rede: Os Casos Italiano e Chinês*. Online: <<https://joaodealmeidasantos.com/2013/11/05/a-politica-e-a-rede-os-casos-italiano-e-chines-4/>> (referência 29-09-2014).
- Smith, A. (1979). *The Wealth of Nations*. London: Penguin Books.