



Título do Trabalho:

**Personalização da política e novas tecnologias:
balanço do debate e evidências sobre o Brasil.**

Autores:

Sérgio Braga (Professor, DECISO/UFPR) – Autor
André Becher (Mestrando, DECISO/UFPR) – Co-Autor

Grupo de Trabalho:

GT01 - Ciberpolítica, ciberativismo e cibercultura

Coordenadores:

Sérgio Soares Braga (UFPR)

Sergio Amadeu da Silveira (UFABC)

Caxambu, 24 a 28 de outubro

Personalização da política e novas tecnologias: balanço do debate e evidências sobre o Brasil.¹

Resumo: Há na literatura internacional um amplo debate acerca do papel das novas tecnologias, e da internet em particular, em gerar formas mais diretas e personalizadas de representação política. Tem sido notado com frequência por esta literatura que as elites políticas de vários países crescentemente tem se utilizado das ferramentas digitais para contornar a comunicação mediada pelos partidos e estabelecer vínculos diretos com os cidadãos. O objetivo desta comunicação é efetuar um balanço desde debate teórico na literatura internacional e discutir empiricamente algumas de suas teses e contribuições teórico-metodológicas através de um estudo comparado do uso das NTICs pelos deputados estaduais e federais brasileiros. Dentro desse quadro, o objetivo do presente artigo é apresentar os resultados de nossa pesquisa sobre o uso da internet pelos parlamentares brasileiros, procurando verificar se há indícios de um uso “personalizado” das novas tecnologias por estes nos moldes dos existentes em alguns países de democracia mais institucionalizada e estável. Para tanto, aplicaremos uma tipologia dos websites já aplicados em outros estudos e efetuaremos uma análise de conteúdo do uso das ferramentas digitais por tais segmentos das elites políticas bem como de seus efeitos potenciais para a manutenção de suas relações de representação com sua constituency.

1] Introdução: o tema e o problema da pesquisa.

Deste pelo menos meados dos anos 1990 do século passado tem havido na literatura internacional um amplo debate sobre a temática da "personalização da política" (McAllister, 2006; Karvonen, 2010). Diversos analistas tem detectado o surgimento deste fenômeno mesmo nas democracias mais institucionalizadas e estáveis, o qual se manifestaria nos seguintes níveis ou dimensão da atividade política: (i) no nível macro-institucional e dos processos decisórios mais abrangentes, poderíamos observar um movimento em direção à *presidencialização* dos sistemas políticos, com uma tendência à concentração de poderes nas mãos do gabinete ou do chefe do Executivo, fenômeno que se manifestaria inclusive nos processos eleitorais, através da posição de predomínio de lideranças políticas carismáticas em escala nacional, que sobrepujariam o papel dos partidos políticos enquanto sinalizadores de *policies* e agregadores de interesse das demandas do eleitorado (Mugan, 2000; Poguntke & Webb, 2005); (ii) no campo das

¹ Este artigo apresenta resultados preliminares de uma investigação que está sendo desenvolvido no grupo de pesquisa Instituições, *comportamento político e novas tecnologias (GEIST)*, vinculado ao programa de pós-graduação em Ciência Política da UFPR, e se insere no contexto da pesquisa intitulada *Representação política, elites parlamentares brasileiras e as TICs: perfil sociopolítico, uso da internet e percepções do processo de modernização dos órgãos parlamentares pelos senadores, deputados federais e deputados estaduais brasileiros (2007-2015)*, coordenada pelo Prof. Sérgio Braga e financiada pelo CNPq (Edital Humnas/Sociais Aplicadas). Agradecemos também aos pesquisadores do grupo pela preciosa colaboração no processo de coleta de dados que resultou neste artigo.

relações de representação política no sentido estrito do termo, esta tendência à personalização também se manifestaria, através de um fortalecimento das funções de *constituency service* prestadas pelos parlamentares à sua base eleitoral, com a correlata ostentação de sua capacidade individual de transferir recursos para tais bases, em detrimento de outras funções tradicionalmente desempenhadas pelos membros do parlamento tais como as de divulgar a legenda partidária e/ou posicionar-se em relação às políticas públicas discutidas em nível nacional ou setorial (Norton, 1990, Norton, 1994, Power, 1998, Blondel, 2005); (iii) por fim, teríamos uma terceira forma de manifestação da personalização ou individualização das relações políticas estabelecidas pelos diferentes atores do sistema político, que se daria por ocasião da organização das *campanhas eleitorais* (Swanson & Mancini, 1996). A "personalização", nesse caso específico, ocorreria especialmente por ocasião das campanhas eleitorais, através do emprego cada vez mais maciço de técnicas do marketing político, com o declínio do peso das ideologias veiculadas pelas máquinas partidárias tradicionais nas decisões de voto do eleitor, que estaria cada vez mais polarizado pelas características da *personalidade do candidato* em detrimento do conteúdo substantivo das *policies* ou de outras formas de identidade coletiva. Uma outra faceta deste fenômeno seria a organização de campanhas eleitorais cada vez mais centradas na personalidade do candidato e no emprego intensivo de técnicas sofisticadas de marketing político voltadas para a construção da imagem do candidato, em detrimento do programa político representado por sua legenda partidária².

Devemos sublinhar no entanto dois aspectos importantes: (i) mesmo entre analistas que admitem a existência do fenômeno da "personalização", não há consenso entre eles sobre se tal fenômeno estaria ou não articulado a uma suposta "crise de representação política" que estaria ocorrendo nos sistemas políticos de democracia mais institucionalizada e estável (doravante referidos como SPDIE, que são basicamente aquelas 36 democracias que são objeto de estudo no livro clássico de Lijphart sobre os "modelos de democracia" – Lijphart, 2000); (ii) não há consenso na literatura sobre os impactos de tal fenômeno na *qualidade da democracia*, ou seja, se o fenômeno da personalização teria efeitos positivos ou não para o aprofundamento da democracia e para o ganho de legitimidade de suas decisões junto aos cidadãos. Enquanto alguns

² Cf. apenas a título de exemplo, a ampla literatura existente nas democracias europeias a respeito da ocorrência da "americanização da política" nestes sistemas políticos. Como veremos mais a frente, essa discussão repercute também na discussão sobre as novas mídias, após o advento da internet.

autores veem tais processos como intrinsecamente negativos, ao enfraquecer os partidos políticos e os órgãos legislativos no processo decisório global (Weffort, 1973, Losurdo, 2004), outros detectam aspectos mais positivos no fenômeno, ao aproximar as lideranças políticas do eleitorado através do emprego de métodos menos burocratizados de representação (Lilleker, 2009).

Com o uso cada vez mais generalizado das novas tecnologias e da internet pelas várias categorias de atores atuantes nas poliarquias contemporâneas -- o que levou mesmo alguns analistas a falarem na emergência de um "sistema político virtual" (Norris, 2000, 2001), já no final do século passado -- a discussão complexificou-se, na medida em que a internet e as novas tecnologias tiveram forte impacto nos SPDIE além de vários outros sistemas políticos, agregando novas dimensões ao funcionamento das poliarquias e ao tipo de relacionamento que ocorre entre elites dirigentes e cidadãos comuns em sua dinâmica de funcionamento. Neste artigo, não procuraremos abordar o conjunto desses impactos das NTICs sobre as democracias contemporâneas, mas nos concentraremos em apenas *uma das dimensões* das três acima mencionadas, ou seja, nas formas de manifestação do fenômeno da personalização nas *relações de representação* que potencialmente se estabelecem entre cidadãos e membros do parlamento, não abordando outras formas de manifestação desse fenômeno detectados pela literatura (tais como a personalização dos processos decisórios em escala macroinstitucional, a personalização das campanhas por ocasião da realização dos pleitos eleitorais etc.). Procuraremos articular o exame desse debate com a apresentação de algumas evidências sobre o caso brasileiro a fim de verificar se tais evidências corroboram ou falsificam as proposições teóricas retiradas da literatura sobre o tema. Para tanto, apresentamos alguns dados coletados por nosso grupo de pesquisa em estudos anteriores sobre os deputados estaduais e deputados federais brasileiros e de outros países.

Para abordar os problemas acima seguiremos o seguinte plano: a) inicialmente procuraremos apresentar os principais aspectos do conceito de "personalização da política" analisados pela literatura; (ii) em seguida, procuraremos reconstituir as principais abordagens referentes aos impactos das novas tecnologias nos processos de representação política; (iii) Por fim, apresentaremos algumas evidências coletadas em nossa pesquisa sobre os parlamentares brasileiros, a fim de verificar se as relações de

representação política existentes no mundo virtual corroboram as expectativas teóricas derivadas na literatura sobre tema.

2] Representação política, novas tecnologias e "personalização da política".

O primeiro passo para a abordagem do problema acima delimitado é analisarmos como a literatura tem abordado a questão das relações entre a organização dos processos de representação política por intermédio das novas tecnologias e a "personalização da política". Esse procedimento é necessário porque via de regra a literatura sobre o assunto apresenta uma visão empirista do problema, fazendo longas digressões sobre o conceito de personalização, sem fornecer uma definição preliminar clara e precisa de tal noção, de tal forma que muitas vezes o leitor fica sem saber a que exatamente se referem os autores quando estão abordando o assunto.

Com efeito, vários analistas políticos vem chamando a atenção para a crescente personalização das relações de representação política nos SPDIE, que afetaria tanto a relação dos cidadãos com os *partidos políticos*, quando a relação dos cidadãos com os *membros do parlamento (MPs)*, ou *parlamentares*, aspectos estes que nos interessam mais de perto neste texto.

Manin, por exemplo, já em seu estudo clássico sobre a metamorfoses do governo representativo apontava para a existência de tendências no sistemas políticos contemporâneos em relação à uma maior personalização das relações políticas, embora não creditasse tal fenômeno a uma "crise de representação" *latu sensu*, mas apenas a uma metamorfose desta: "People vote differently from one election to another, depending on the particular persons competing for their vote. Voters tend increasingly to vote for a person and no longer for a party or a platform. This phenomenon marks a departure from what was considered normal voting behavior under representative democracy, creating an impression of a crisis in representation (...). Although the growing importance of personal factors can also be seen in the relationship between each representative and his constituency, it is most perceptible at the national level, in the relationship between the executive and the electorate. Analysts have long observed that there is a tendency towards the personalization of power in democratic countries" (Manin, 1997: 219).

Num registro mais filosófico alguns autores vêm o processo de *individualização da política* como parte de um processo mais abrangente de individualização da própria vida social moderna (Bauman, 2001). Num registro mais próximo à sociologia política, Dalton (2002) atribui tal personalização às crescentes mudanças na vida social, que conduziram a um processo de desalinhamento em relação às organizações representativas (partidárias e legislativas) tradicionais. Em decorrência de tais mudanças, as lealdades dos cidadãos no tocante aos partidos e ideologias que representavam as antigas clivagens sociais foram enfraquecidas, com os cidadãos transferindo suas lealdades e identificações eleitorais para lideranças políticas e candidatos individuais (Dalton et. al. 2002, 37-56).

Segundo síntese de Lauri Karvonen, a tendência mais geral à personalização das relações políticas nos SPDIE abrange as seguintes mudanças nos sistemas políticos contemporâneos (Rahat & Sheaffer, 2007; McAllister, 2007; Kaase, 1994):

- Os políticos ganham um perfil mais definido e maior margem de manobra em seu comportamento, vis-à-vis as organizações partidárias;
- O modo como a política é apresentada aos cidadãos passa a enfatizar mais o papel dos políticos individuais, em detrimento das legendas partidárias. As campanhas eleitorais e a propaganda política estão crescentemente centradas nos candidatos individuais e nas lideranças políticas, ao invés dos partidos, suas plataformas políticas ou os interesses coletivos que eles representam. O foco dos mass media transfere-se da mesma forma para os políticos individuais e suas características e qualidades;
- O público percebe crescentemente a política como uma competição entre políticos individuais ao invés de um conflito entre interesses coletivos;
- O público forma crescentemente suas preferências a partir de imagens divulgadas sobre os políticos individuais e fazem suas escolhas eleitorais a partir destas imagens individuais;
- As relações de poder na política e na sociedade são crescentemente influenciadas pelas características individuais dos políticos e por lideranças carismáticas cujo poder de atração se sobrepõe aos das máquinas partidárias. (Karvonen, p. 5)

Em seguida, Karvonen efetua um balanço da literatura que procurou produzir evidências empíricas mais sistemáticas sobre o assunto desdobrando-a em três categorias: a) estudos sobre "presidencialização" dos sistemas parlamentares; b) estudos sobre os efeitos produzidos nas lideranças partidárias; c) outros estudos (eleições e relações de representação política). Após sistematizar os resultados das principais pesquisas empíricas sobre a temática, a autora conclui que não há nenhuma tendência inexorável à personalização da política, estando esta fortemente dependente do sistema eleitoral, que é a variável independente mais importante na determinação de formatos mais ou menos personalizados de representação.

Assim, temos as seguintes vertentes fundamentais de abordagem sobre a temática da personalização: a) aquelas que afirmam existir de fato um tendência inexorável em relação à adoção de formatos mais personalizados de representação, nas várias dimensões em que se dá este fenômeno; b) aqueles que relativizam tal tendência, argumentando não haver evidências empíricas sistemáticas que as corroborem ou afirmando haver tal fenômeno apenas em sistemas de governo presidencialistas ou, então, em países que adotam sistemas eleitorais com formatos mais personalizados como, por exemplo, os sistemas eleitorais majoritários ou proporcionais de listas abertas.

Devemos sublinhar que um ponto cego nas discussões anteriores sobre a personalização da política refere-se aos impactos das novas tecnologias sobre as relações de representação que se estabelecem entre os cidadãos comuns e os membros do parlamento. Estariam as novas tecnologias conduzindo a formatos mais personalizados de representação, dando origem a um relacionamento mais individualizado entre representado e representante, mais focado na figura pessoal e menos no apelo partidário ou na discussão e sinalização de políticas, por parte deste último?

A este respeito, podemos constatar que já existe uma ampla literatura a respeito dos impactos das novas tecnologias sobre as relações de representação política, que dão respostas diferentes a estas indagações, com diversos autores ao longo dos últimos anos elaborando trabalhos examinando os impactos das novas tecnologias sobre os processos de representação política no sentido estrito do termo, ou seja, nas relações que se estabelecem entre o cidadão ordinário/eleitor e aqueles segmentos das elites dirigentes por eles eleitos e que exercem mandatos em órgãos parlamentares. Como afirma Stephen Coleman em seu seminal artigo, ao fazer um balanço das principais questões teóricas

postas pelos estudos realizados sobre a temática, são três os principais problemas colocados pelos estudos sobre os impactos da internet nos processos de representação política: a) a questão do uso que os *representantes* fazem ou estão fazendo das novas tecnologias digitais; b) os impactos do uso de tais recursos tecnológicos nos *representados*; c) os "efeitos sistêmicos" provocados pelas mídias nos processos de representação política (Coleman & Spiller, 2003). A partir da sistematização dos resultados de pesquisas realizadas sobre o tema, Coleman detecta diversas mudanças sistêmicas que estão ocorrendo nos processos de representação política em decorrência dos impactos das mídias digitais, dentre elas o surgimento de uma *modalidade mais direta e permanente de representação* baseada nos seguintes fenômenos associados à difusão das tecnologias digitais nas sociedades contemporâneas: (i) a intensificação do fenômeno das "campanhas permanentes", com uma relação mais contínua e regular entre representantes e representados, possibilitada pela diminuição das barreiras aos fluxos de informação e pela criação de novos espaços interativos e deliberativos entre ambos; (ii) o crescimento de formas inovadoras de consulta e participação política digital dos eleitores nos mandatos dos representantes, a partir do estabelecimento de uma "accountability de duas vias"; (iii) uma tendência a uma maior desterritorialização da representação política (RP), na medida em que a emergência de uma sociedade em rede transcende as fronteiras postas por uma representação política meramente geográfica ampliando o campo de alcance da mensagem do representante através de suas plataformas virtuais (Coleman & Spiller, 2003).

Dentro desse contexto de reflexão a respeito da modificação nas relações de representação política causado pelas novas tecnologias, destacamos as contribuições de Tomas Zittel (Zittel, 2003), Phillip Norton (Norton, 2007) e Darren Lilleker (Lilleker & Jackson, 2009, 2011). Para o primeiro autor, os impactos da internet sobre os processos de RP darão origem a *dois modelos de representação* numa sociedade em rede: o modelo tecnológico e o constitucional, o primeiro formatando a ação daqueles que usarão de maneira intensa com as ferramentas da internet como um elemento central das estratégias de comunicação dos respectivos mandatos, enquanto o último abrange parlamentares que se enquadram no modelo tradicional baseado do controle dos partidos políticos sobre os mandatos, e onde a internet reforça as antigas relações de representação entre os atores. Ainda segundo o mesmo autor, as novas tecnologias estariam exacerbando a tendência a

"americanização da representação política" nos sistemas políticos europeus, com a importação de técnicas de marketing político centradas na personalidade individual dos candidatos em detrimento dos programas das legendas partidárias, e as tecnologias digitais favorecendo uma comunicação mais direta dos parlamentares com sua *constituency*, embora na maior parte destes sistemas políticos as novas tecnologias ainda não se sobreponham às máquinas partidárias tradicionais como elemento-chave da estruturação das ações dos representantes durante os respectivos mandatos.

Phillip Norton, por sua vez, a partir de considerações sobre os limites das contribuições de Zittel, irá caracterizar o surgimento de "quatro modalidades de RP" possibilitadas pela aplicação (ou ausência de) ferramentas digitais ao longo do exercício do mandato: (i) O *modelo tradicional* de representação, que é aquele em que os políticos rejeitam o uso das TICs, desconhecendo o uso da internet e de suas implicações, e consideram que a internet apenas aumentará o trabalho parlamentar, preferindo manter seus eleitores excluídos, na medida em que eles não têm condições de se conectar; (ii) O *modelo partidário*, no qual as TICs são compreendidas como reforçando o papel dos partidos e da atuação parlamentar no processo de comunicação política, basicamente reproduzindo as mensagens divulgadas por outras mídias, com poucas possibilidades de interação e participação por parte do cidadão. Sendo assim, a internet não agrega novas formas de comunicação ao exercício do mandato, mas apenas reproduz formas antigas mais intensidade, onde a comunicação é mono-direcional e reforça as diretrizes partidárias, sem espaço para contestação; (iii) O *modelo representativo (burkheano)*, no qual o político age como representante da nação seguindo sua consciência e suas convicções e bandeiras ideológicas, e não de acordo com sua base eleitoral ou com as diretrizes partidárias, sendo a internet usada como uma ferramenta para expor os pontos de vista do representante e para mobilizar apoios para estes pontos de vista. Dessa perspectiva, a internet cria novos canais de participação que ultrapassam o partido, os cidadãos são vistos como reativos e há mais espaço para participação e contestação; (iv) Por fim, o *modelo de tribuna* (delegativo), onde o representante vocaliza de maneira mais dinâmica os interesses de sua *constituency*, em que a internet é usada para captar os pontos de vista dos eleitores, através de sucessivos chats, *pools*, uso de mídias sociais etc., de uma maneira que os meios tradicionais de comunicação não permitiam. Esse modelo é o que mais se utiliza nas novas ferramentas digitais para dar voz aos cidadãos e

estes assumem um papel ativo na discussão das políticas de cada deputado e são proativos no exercício das relações de representação.

Por fim, destacamos para nossos fins as contribuições de Lilleker e Jackson que, em seus diversos textos sobre o uso das mídias sociais pelos membros do parlamento (Lilleker & Jackson, 2009, 2011), detectaram uma tendência à maior *personalização* da RP em decorrência do emprego das mídias digitais, especialmente o Twitter, que são utilizados pelos parlamentares essencialmente como ferramentas de "expressão do eu" e de gerenciamento da imagem, escapando à rigidez dos processos comunicacionais enquadrados pelas burocracias partidárias, bem como estabelecendo relações de representação mais próximas e individualizadas do parlamentar com sua *constituency*. Além disso, a internet (especialmente as redes sociais) agrega uma nova dimensão às relações de representação política além daquelas tradicionalmente observadas na ação parlamentar tradicional (*delegate, trustee, partisan e constituency service*), segundo os autores: a *promoção do eu (promotion of self)* onde as ferramentas Web 2.0 "is being used to build an image of MP, and their hinterland, to represent them as authentic and ordinary individuals with a 3-dimensional personality, as opposed to an out-of-touch politician dwelling only within the Westminster village" (Op. cit., p. 18).

Sendo assim, a literatura internacional tem produzido evidências mostrando que as novas tecnologias digitais impactam fortemente os processos de RP em pelo menos três dimensões: (i) agregam *accountability* ao sistema de representação, ao diminuir drasticamente os custos dos fluxos de informação entre elites dirigentes e eleitorado tornando esta relação entre ambos contínua e regular ao longo do tempo, intensificando os fluxos de cobrança e prestação de contas por parte dos cidadãos-internautas³; (ii) aumentam as possibilidades de interação e deliberação entre elites dirigentes e cidadãos comuns, colocando as estratégias de comunicação no núcleo mesmo da relação de representação política ao tornar possível o surgimento de espaços virtuais de deliberação e participação política que aprofundem as relações de representação (Coleman & Blumes, 2009); (iii) possibilitam o surgimento de diferentes *formatos ou níveis/modelos de "representação política virtual"*, na medida em que o uso das novas tecnologias não está distribuído igualmente pelos vários segmentos das elites parlamentares e, conforme

³ Para um esclarecimento de como a internet pode dinamizar o processo de *accountability virtual* nos órgãos parlamentares, conferir a interessante monografia de Silvana Moreira Silva (Silva, 2010). Alguns autores chegam a propor inclusive o conceito de "democracia monitorada" para apreender esta agregação dos mecanismos de *accountability* nas democracias parlamentares contemporâneas (Keane, 2009).

afirma Norton, pode ser utilizado como uma valiosa *proxy* das estratégias de representação política implementadas pelos representantes, assim como o uso das tecnologias digitais podem ser considerados uma valiosa amostra do tipo de estratégia de campanha patrocinado por determinado candidato (Norton, 2007; Gibson, 2012).

Sendo assim, podemos esquematizar no seguinte quadro as diferentes posições existentes na literatura acerca dos impactos das novas tecnologias nos processos de representação política, e seu potencial de dar origem a formatos mais "personalizados" de representação política:

[QUADRO 1]

3] O caso brasileiro: uma representação virtual personalizada?

Do ponto de vista do funcionamento das instituições representativas, também há um amplo debate, na literatura internacional e nacional, sobre o quão próximo o Brasil estaria de um modelo mais ou menos personalizado de representação política. A este respeito, a referência básica é estudo comparado de estudo de Schugart e Carey sobre as relações entre “presidentes” e “assembléias” nos sistemas políticos do mundo.

Como se sabe, um dos eixos da reflexão dos autores é a comparação entre dois modelos básicos de relação entre o papel dos partidos políticos na constituição das equipes governamentais (coalizões ou “gabinetes”) e a formação das preferências eleitorais por parte dos eleitores, bem como da percepção que estes possuem do processo político. De um lado, existe um padrão de resolução do “trade-off” entre representação e capacidade governativa (ou “eficiência”) que os autores qualificam como “Modelo do Segredo Eficiente” (MSE). Tal modelo, vigente por exemplo em democracias parlamentaristas com sistemas eleitorais majoritários de turno único, tais como a Inglaterra, é caracterizado pela existência de partidos que possuem forte capacidade governativa, pela formação de governos partidários fundados em coalizões programáticas, e onde os eleitores, por ocasião do processo eleitoral, estão colocados diante de consistentes alternativas programáticas. De outro lado, um padrão de governo

e de formação das decisões de voto pelo eleitor que os autores denominam de “Modelo do Segredo Ineficiente” (MSI). Tal modelo, vigente por exemplo em democracias presidencialistas onde há forte personalização do voto nos distritos eleitorais, tais como o Chile anterior às reformas políticas de 1958, a democracia presidencialista pluripartidária brasileira, mas também em países de democracia parlamentarista como o Japão, onde o sistema eleitoral distrital com múltiplas cadeiras em disputa é responsável pela geração de um padrão de relação fortemente individualizada entre partidos e eleitores, apresenta características institucionais simetricamente opostas ao MSE (Amorin Neto & Santos: 2003).

Pode-se afirmar que o debate inaugurado por estes autores influenciou grandemente nos diagnósticos e análises sobre o desempenho do presidencialismo brasileiro após a redemocratização, dando lugar a diferentes visões sobre o seu funcionamento em escala nacional. Como tem sido observado com uma certa insistência pela literatura, de um lado há uma vertente de analistas que afirmam que as características das relações entre os poderes e do comportamento parlamentar no Brasil segue uma lógica bastante próxima à do MSI, conforme postulavam para o caso brasileiros os próprios Schugart e Carey (1999: p. 177)². Essa visão foi reproduzida, em suas linhas gerais, especialmente por analistas de origem norte-americana que elaboraram diagnósticos sobre o funcionamento das instituições políticas democráticas brasileiras ao longo dos anos 90 (Mainwaring, 1992; Ames, 2001, dentre outros). Nesse sentido, a principal arena que determinaria o comportamento político dos parlamentares seria a arena eleitoral onde o deputado médio, constrangido pelas pressões advindas dessa arena e pela necessidade de se reeleger, adotaria uma conduta caracterizada pela estratégia de transferir recursos para sua base ou seu distrito eleitoral em troca do apoio ao Executivo. Esse incentivo ao estabelecimento de uma relação personalizada do eleitor com o representante na arena eleitoral, consubstancia-se num padrão de relações entre os poderes e de comportamento parlamentar bastante próximo do modelo “distributivo”, segundo os quais os parlamentares delegariam poder ao chefe do Executivo em troca de transferência de recursos para suas bases eleitorais (Pereira e Müller, 2003).

Em contraposição a esse modelo, outros autores postulam que o sistema político brasileiro funciona segundo uma lógica mais próxima a do MSE e com várias semelhanças e pontos de contato com o “modelo partidário”, elaborado por alguns

autores para analisar os sistemas parlamentaristas europeus e o sistema presidencialista norte-americano (Cox & McCubbins, 1993). Figueiredo e Limongi, por exemplo, produziram uma série de trabalhos (Figueiredo e Limongi, 1999; 2002; 2005) contestando fortemente a visão anterior e procurando demonstrar que o sistema político brasileiro não gera as condições motivacionais e nem institucionais para que políticos baseiem suas carreiras políticas exclusivamente em vínculos pessoais e apartidários com os eleitores e com o Executivo, funcionando segundo uma lógica próxima a do MSE, propiciando ao eleitor médio subsídios consistentes para optar sobre alternativas de governo por ocasião do pleito eleitoral e sendo, portanto, “eficiente” (Limongi, 2005).

Mais recentemente, surgiram uma série de trabalhos que afirmam que a premissa básica para analisar um “complexo e peculiar sistema político” (Pereira & Müller, 2003: 732) como o brasileiro é a necessidade de combinar elementos teóricos oriundos de vários modelos explicativos originalmente elaborados para analisar democracias consolidadas onde inexistem condições institucionais tais como as vigentes na democracia presidencialista pluripartidária brasileira (Amorin Neto & Santos, 2003; Pereira & Müller, 2003)⁴. Para esses autores, o sistema político brasileiro apresentaria algumas peculiaridades que tornariam unilaterais qualquer tentativa de aplicação estrita das perspectivas de análise acima mencionadas, havendo a necessidade de recorrer a elementos de ambos os modelos teóricos, na medida em que a existência de partidos disciplinados e consistentes na arena parlamentar não seria incompatível com a existência de uma lógica individualizada, predominantemente centrada na personalidade do candidato, por ocasião da realização dos pleitos eleitorais.

A nosso ver, esta última perspectiva é um bom ponto de partida para se refletir sobre os incentivos institucionais existentes no sistema político brasileiro para um tipo específico de uso das NTICs pelos representantes, na medida em que a existência de incentivos ao estabelecimento de uma relação mais personalizada entre representante e sua *constituency* não implica necessariamente que os "partidos sejam todos iguais" e que não haja diferenças significativas entre eles, ou que estes sejam fracos e indisciplinados no processo decisório legislativo. Assim, pode ser um bom ponto de partida para o teste

⁴ Lembrando que tal “complexidade” reside, dentre outras coisas, na coexistência entre partidos “fracos” na arena eleitoral e “fortes” na arena legislativa, além da peculiar combinação entre sistema de governo presidencialista, pluripartidarismo fragmentado, eleições proporcionais de lista aberta e autonomia de poder dos líderes regionais, responsáveis pela geração de um padrão de governabilidade qualificado por de como “presidencialismo de coalizão” (Abranches, 2003).

de certas proposições existentes na literatura sobre a influência dos sistemas eleitorais no uso das NTICS pelos representantes.

Para a discussão do caso brasileiro adotaremos como base empírica os estudos efetuados anteriormente sobre os deputados federais e estaduais brasileiros, assim como pelos candidatos nas eleições. Para mapear tal uso, também nos basearemos em versão modificada da tipologia aplicada em outros estudos desenvolvidos no âmbito de nosso grupo de pesquisa (Nicolás, 2009; Braga, Nicolás & Cruz, 2009) para caracterizar a *forma* e o *conteúdo* dos websites das elites políticas on-line⁵: a) quanto à *forma* ou à característica predominante do website parlamentar, utilizamos uma tipologia com três tipos básicos de websites: (1) “*Outdoor virtual*” (i. e., quando o site do candidato tem poucos recursos de mídia é focado predominantemente na exposição estática das mensagens sem muitas possibilidades de interação); (2) *Comunicação e interação* (ocorre quando os websites dos políticos apresentam mais recursos mais sofisticados para se comunicar e interagir com o eleitor, tais como newsletter, boletins informativos, vídeos e outros recursos de comunicação, mas que geralmente apenas reproduzem as características de outros tipos de mídia que já existem offline) qualquer que seja o conteúdo das mensagens divulgadas); (3) e, por fim, os *Deputados Web 2.0*, que são aqueles deputados que usam websites nos quais estão presentes ferramentas de interação mais avançadas e, especialmente, incentivos ao uso efetivo de mídias sociais (Twitter, facebook, canais de youtube, Flickr, Orkut etc.) e que permitem uma maior participação dos cidadãos na atividade política dos deputados e maior acesso à informação mediante plataformas multimídia.

No tocante ao *conteúdo predominante difundido através dos websites*, definimos os seguintes tipos básicos: (i) *particularismo/constituency service*, no qual há ênfase na capacidade do político de transferir recursos ou executar serviços e obras para uma determinada localidade ou determinado grupo específico de eleitores; (ii) *ênfase na atividade parlamentar*, em que o website é utilizado predominantemente para a divulgação da atividade parlamentar do deputado, tais como discursos proferidos, projetos de lei sugeridos, requerimentos apresentados etc.; (iii) *ênfase na atividade do partido*, no qual é dado bastante destaque aos símbolos e às propostas da agremiação

⁵ A modificação que introduzimos foi agregar os três sites do tipo “outdoor virtual” numa modalidade apenas, na medida em que a subdivisão desta categoria em três (outdoor virtual, partidário e focado no parlamento) mostrou ter pouco rendimento analítico.

partidária ao qual o deputado é filiado e divulgadas as propostas do partido; (iv) *ênfase em interesses setoriais* de várias naturezas, em que são ostentadas no website as ligações e os vínculos do políticos com interesses organizados da sociedade civil e movimentos associativos de várias naturezas, tais como associações empresariais, movimentos sociais, sindicatos, movimentos estudantis, categorias profissionais etc; (v) *maior densidade ideológico-programática*, no qual o website é utilizado para difundir propostas de maior apelo ideológico-programático não necessariamente vinculado às bandeiras do partido, tais como causas ecológicas, defesa do socialismo, da livre iniciativa, combate à corrupção etc., enfim, a temas mais gerais e substantivos debatidos pela coletividade de referência do líder político, sem necessariamente vinculá-lo a um partido ou grupo específico. Aplicando esta dupla tipologia, podemos caracterizar a existência de diferentes "modelos de representação política" de forma mais sofisticada do que as apontadas por Norton em seu modelo, que amalgama forma e conteúdo das mensagens difundidas através de plataforma virtuais. Por fim, quando o website do parlamentar fosse um *mix* de várias características, ou fosse difícil de identificar um padrão *predominante* (na medida em que as categorias acima não são mutuamente excludentes), tipificamos-os como *diversificado/sem padrão dominante*. Aplicada a tipologia aos deputados estaduais, obtivemos os dados resumidos na tabela abaixo:

**Tabela 1: Tipo predominante de website dos deputados estaduais
(tipo de website X região)**

	COESTE		NORDESTE		NORTE		SUDESTE		SUL		TOTAL	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Forma do Website												
Outdoor Virtual	43	52,4	102	61,1	83	90,2	58	26,6	36	29,0	322	47,1
Comunicação e informação	5	6,1	9	5,4	8	8,7	22	10,1	17	13,7	61	8,9
Websites 2.0	24	29,3	25	15,0	5	5,4	134	61,5	69	55,6	257	37,6
Sem padrão dominante	16	19,5	46	27,5	22	23,9	14	6,4	12	9,7	110	16,1
Conteúdo do website												
Clientelismo/constituency service/	48	58,5	48	28,7	34	37,0	56	25,7	42	33,9	228	33,4
Ênfase na atividade parlamentar	12	14,6	64	38,3	31	33,7	76	34,9	23	18,5	206	30,2
Ênfase na atividade do partido	6	7,3	16	9,6	4	4,3	21	9,6	4	3,2	51	7,5
Ênfase em interesses setoriais	0	,0	0	,0	0	,0	10	4,6	15	12,1	25	3,7
Maior densidade programática	0	,0	1	,6	0	,0	41	18,8	27	21,8	69	10,1
Sem padrão dominante	16	19,5	36	21,6	22	23,9	14	6,4	13	10,5	101	14,8
TOTAL	82	100,0	167	100,0	92	100,0	218	100,0	124	100,0	683	100,0

Fonte: Elaboração própria

Também aqui podemos observar uma acentuada desigualdade no padrão regional de uso da internet. Nas regiões sul e sudeste, já predominam os websites 2.0, com amplo uso de mídias e redes sociais pelos deputados concretizando um modelo mais interativo de representação política virtual, enquanto que nas regiões norte e nordeste este padrão ainda é minoritário com predomínio de websites “pré Web 2.0”, especialmente os “outdoors virtuais”. No tocante ao *conteúdo* dos websites, ocorreu o mesmo fenômeno com um predomínio mais acentuado de sites do tipo “constituency service” e “ênfase na atividade parlamentar” nas regiões norte e nordeste. Destaque-se também o caso de Goiás que, apesar de ter um grande percentual de deputados “digitalmente incluídos”, caracteriza-se por um elevado percentual de websites do tipo “clientelista”, com ênfase na ostentação da personalidade do deputado e em sua capacidade de transferir recursos para a base eleitoral.

Por outro lado, se é verdade que há um elevado número de parlamentares com um uso mais personalizado das novas tecnologias, deve-se destacar o fato de que podemos perceber um contraste bastante acentuado entre o PT e os pequenos partidos de esquerda (ppe), por um lado, e os pequenos partidos de direita (ppd) e agremiações tais como o PTB, de outro, partidos de cunho mais fisiológico e que apresentam os mais baixos percentuais de uso de websites, preferência por websites pessoais, e permanência dos sites no ar mesmo após o término das campanhas eleitorais num desempenho simetricamente oposto ao dos partidos de esquerda. Podemos afirmar assim que, ao menos no caso dos deputados estaduais brasileiros da legislatura passada os partidos de esquerda com maior apelo e identidade programática, e onde os vínculos dos parlamentares e militantes com o partido tendem a ser mais estreitos e institucionalizados (Marenco, 2007), tenderam a usar a Web com mais intensidade que partidos de cunho ideológico, sem muita identidade programática pró e contra governo, e que são em grande parte utilizados como legendas de aluguel por parlamentares marginalizados em outras agremiações e em busca de um mandato eletivo. Ou seja: embora a relação não seja tão linear e estreita, na medida em que está havendo uma tendência geral de deputados de todas as agremiações a usarem websites para divulgar suas propostas de mandato, o uso da web ainda parece estar associado ao grau de institucionalização e ao perfil ideológico do partido, sendo estas variáveis também importantes para explicar a

freqüência de uso da web pelos deputados estaduais brasileiros, assim como já foi observado em outros níveis de representação política, como por exemplo nas eleições para as Câmaras Municipais brasileiras no pleito de outubro de 2008 (Bercher et. al., 2008).

Estaria o mesmo fenômeno ocorrendo em relação a outras variáveis relacionadas ao uso da Web pelos deputados estaduais, tais como, por exemplo, o tipo de uso de websites pessoais utilizado pelos parlamentares? A tabela abaixo procura fornecer algumas evidências que permitam uma resposta mais fundamentada a esta indagação:

**Tabela 2: Tipo predominante de website dos deputados estaduais
(tipo de website X partido)**

	<i>DEM</i>	<i>PSB/PDT</i>	<i>PMDB</i>	<i>ppd</i>	<i>ppe</i>	<i>PRP</i>	<i>PSDB/PPS</i>	<i>PT</i>	<i>PTB</i>	<i>Total</i>
	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Forma do website										
Sem padrão dominante	4,2	6,4	4,8	9,3	7,1	6,2	9,9	3,6	13,8	6,6
Outdoor virtual	36,6	37,2	43,3	51,2	28,6	48,1	34,7	9,0	34,5	38,2
Comunicação e informação	22,5	10,3	7,7	14,0	16,7	12,3	9,1	11,7	17,2	12,4
Websites 2.0	36,6	47,4	45,2	27,9	47,6	32,1	46,3	55,0	27,6	43,1
Conteúdo do website										
Sem padrão dominante	12,7	19,2	14,4	20,9	16,7	14,8	18,2	12,6	13,8	15,7
Constituency service	42,3	34,6	43,3	37,2	19,0	45,7	38,0	20,7	44,8	36,0
Gabinete Virtual	26,8	26,9	28,8	41,9	23,8	29,6	30,6	29,7	34,5	29,7
Ênfase na atividade do partido	4,2	5,1	2,9	,0	16,7	3,7	4,1	18,0	3,4	6,8
Ênfase em interesses setoriais	2,8	6,4	1,9	,0	9,5	1,2	1,7	1,8	3,4	2,8
Maior densidade ideológica	11,3	7,7	8,7	,0	14,3	4,9	7,4	17,1	,0	9,0
TOTAL	71	78	104	43	42	81	121	111	29	100
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Elaboração própria

Pela tabela acima podemos verificar que uma vez mais o padrão assimétrico observado na freqüência de websites se reproduz no tocante ao tipo de website utilizado, ou seja: o PT e o *ppe* ocupam posições polares em comparação com o PTB e os *ppd* tanto no tocante à *forma* dos websites, quanto no tocante ao *conteúdo* de suas plataformas virtuais, ficando os demais partidos em posições intermediárias em relação a estes pólos. Com efeito, verificarmos que no tocante à forma dos websites, o PT e o *ppe* apresentam maiores percentuais de deputados com websites que podemos qualificar como “web 2.0”, ou seja, que apresentam incentivos visuais para que os cidadãos possam postar mensagem e usar mídias sociais, possibilitando assim uma modalidade mais intensa de

interação baseadas tanto na difusão de conteúdos programáticos como partidários. Por outro lado, parlamentares que pertencem a agremiações com apelo político-programático menos claro, não utilizaram este recurso. O mesmo padrão se repete no tocante ao conteúdo dos websites, com deputados de esquerda usando seus websites para veicular propostas de maior apelo simbólico e programático enquanto parlamentares de partidos de centro e centro-direita (excetuando o DEM) usam seus websites para outros propósitos estabelecendo uma relação mais personalizada e centrada na divulgação de suas atividades parlamentares e na atividade em suas bases eleitorais.

Além desses dados, podemos mencionar outros sobre o uso das NTICs pelos parlamentares brasileiros em comparação com outros países sul-americanos e com os EUA.

O primeiro ponto a ser observado é quanto à *intensidade* do uso das NTICs pelos representantes de acordo com o tipo de sistema eleitoral adotado em cada país. Pesquisa anterior efetuada por nós confirmou a hipótese formulada por Tomas Zittel de que o sistema eleitoral tem uma grande influência na adoção das novas tecnologias digitais. Assim, países com sistemas eleitorais mais personalizados e competitivos (no caso Brasil e Chile) apresentaram maiores incentivos para um uso mais intenso da internet pelos deputados, enquanto sistemas partidários de lista fechada (Paraguai, Uruguai e Argentina), apresentaram um percentual bastante inferior de websites individuais (Braga & Nicolás, 2009). No tocante às funções desempenhadas pelos websites, aplicando o modelo de Lilleker podemos verificar que se um grande percentual de parlamentares destacou a legenda das agremiações partidárias em seus websites (62,1%), pouquíssimos deles usaram suas plataformas virtuais para efetivamente promover as políticas do partido ou mesmo abrir oportunidades de filiação partidária para os cidadãos (Nicolás, 2010: 89).

[Tabela 3]

Outros dados comparativos interessantes são os existentes entre os deputados brasileiros e norte-americanos. No tocante aos dados da legislatura passada verificamos um elevado grau de "personalização" da atividade parlamentar no caso dos EUA, com praticamente todos os seus deputados e senadores com websites individuais online, e empregando maciçamente as tecnologias web 2.0 para divulgar políticas particularistas

de serviço ao eleitor, com praticamente nenhum destaque aos símbolos do partido e à simbologia partidária. Já o Brasil, embora houvesse um predomínio da personalização com ênfase em políticas particularistas, apresentou um padrão mais diversificado, com certo espaço para divulgação das políticas partidárias, fenômeno este que praticamente não ocorreu no caso norte-americano.

[TABELA 4]

Conclusão

Podemos resumir algumas das conclusões principais da análise efetuada anteriormente. Inicialmente verificamos que existe uma controvérsia na literatura internacional a respeito do conceito de "personalização da política": enquanto alguns autores detectam uma tendência inexorável a tal fenômeno, outros contestam sua ocorrência, afirmando não haver evidências empíricas para tanto e/ou restringindo sua ocorrência apenas a sistemas eleitorais onde existem incentivos para o estabelecimento de tais relações (sistemas de lista aberta e majoritários). Em seguida, verificamos que tal debate também repercute na literatura sobre representação política e novas tecnologias. Enquanto alguns autores afirmam que as novas tecnologias poderão dar origem a formatos mais personalizados de representação, outros apresentam evidências de que a difusão das novas tecnologias não será suficiente por si só para provocar tal fenômeno, especialmente naqueles países onde não há incentivos institucionais para o estabelecimento de tais relações mais personalizadas.

Em seguida, verificamos que também há uma polêmica entre os analistas brasileiros sobre o "grau de personalização" de seu sistema político-eleitoral. Enquanto uns defendem a tese de que o sistema eleitoral geral fortes incentivos para o estabelecimento de eleições personalizadas, outros contestam tais teses, postulando estar havendo uma tendência ao fortalecimento dos partidos não apenas na arena congressual, mas também na arena eleitoral com escolhas crescentemente partidarizadas por parte dos eleitor, especialmente em virtude da maior institucionalização dos dois grandes partidos

ideologicamente estruturados aos olhos do eleitorado brasileiro (PSDB e PT). Vimos também que uma posição intermediária é que afirma a institucionalização dos partidos na arena legislativa pode coexistir com uma fraca institucionalização partidária em nível eleitoral, na medida em que, embora não haja motivação estritamente partidária nas intenções de voto por parte de eleitor, podem haver partidos estruturados na arena legislativa.

A partir destas premissas procuramos definir uma metodologia com o fito de criar indicadores empíricos que nos possibilitassem averiguar se a relação estabelecida pelo representante com sua *constituency* através de suas plataformas virtuais pode ou não ser considerada como "personalizada". Tais indicadores são os seguintes: a) uma tipologia geral dos websites que distinga entre a *forma* e o *conteúdo* dos websites; b) indicadores da presença da simbologia partidária nos websites dos representantes.

Examinando os websites dos parlamentares brasileiro verificamos que, embora o tipo predominante de website seja aquele com ênfase na personalidade do candidato, este tipo de relação não esgota todas as possibilidades de interação via plataformas virtuais estabelecidas pelo parlamentar com os cidadãos. Por outro lado, embora predominantemente personalizadas, há evidências de simbologia partidária e de promoção da atividades parlamentar através dos sites dos deputados estaduais, e não apenas de divulgação da capacidade de prestar serviços ao eleito ou de ostentar a personalidade do candidato.

Comparando o Brasil com outros países sul-americanos e com os EUA, verificamos que este se situa numa posição intermediária entre aqueles países com fortes incentivos para o estabelecimento de uma relação personalizada do parlamentar com sua base eleitoral (caso dos EUA), e países com lista fechada e onde há poucos incentivos para um uso mais individualizado da internet pelos parlamentares (Argentina, Uruguai, Paraguai). Além dessa posição intermediária dos representantes brasileiros neste gradiente de "personalização política virtual" outra conclusão geral de nosso enfoque é que existem, sim, evidência do predomínio de uma relação personalizada estabelecida pelos representantes brasileiros com o eleitor através de suas plataformas virtuais. Entretanto, tal padrão não se distribui de forma homogênea pelas diferentes regiões do país nem pelas diferentes agremiações partidárias, pelo que não é adequado falar em uma

"americanização da política" brasileira, tal como ela é praticada nas plataformas virtuais dos parlamentares.

Referências bibliográficas.

- Blondel, J. (2005). The links between western european parties and their supporters. The role of personalization. *Occasional papers*, n. 16/2005.
- Colomer, J. M. (2011). Personal representation; the neglected dimension of electoral systems. *ECPR studies*.
- Karlsen, Rune. (2011). A platform for individualized campaign? Social media and parliamentary candidates in the 2009 Norwegian Election Campaign. *Policy and internet*, Vol. 3, Iss.: 4.
- Kavonen, Lauri. (2012). The personalization of politics: a study of parliamentary democracies. London: ECPR Press.
- Manin, B. (1997). The principles of representative government. Cambridge: Cambridge University Press.
- McAllister, Ian. (2006). The personalization of politics. In: Dalton, R. & Klingemann, H-D. (2006). *Oxford Handbook of political behavior*.
- Miguel, L. F.; Biroli, F. 2010. Mídia, representação e democracia. São Paulo: Hucitec.
- PEREIRA, C.; MUELLER, B. Partidos fracos na arena eleitoral e partidos fortes na arena legislativa: a conexão eleitoral no Brasil. *Dados - Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, v. 46, n. 4, p. 735-771, 2003.
- SCHUGART, M. S.; CAREY, J. M. *Presidents and Assemblies; constitutional design and electoral dynamics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.
- Swanson, D.; Mancini, P. (1996). *Politics, Media and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaign and Their Consequences*. Westport, Connecticut: Praeger.