

Esfera civil e eleições 2010: Uma análise de iniciativas *online* para maior controle civil¹

2010 elections and the civil sphere: An analysis of online initiatives for greater civilian control

Rafael Cardoso Sampaio | cardososampaio@gmail.com

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (2010). Tem experiência na área de Comunicação com ênfase em Comunicação e Política, uso da mídia em eleições, internet e participação política, internet e deliberação pública. É colaborador do blog Comunicação e Política. www.comunicacaoepolitica.com.br

Dilvan Passos de Azevedo | dil.azevedo@gmail.com

Mestrando do Programa de Pós Graduação do Programa de Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia.

Maria Paula Almada | mariapaula.almada@yahoo.com.br

Mestranda do Programa de Pós Graduação do Programa de Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia.

Resumo

A proposta deste estudo é investigar, a partir de três estudos de caso relacionados às eleições de 2010 no Brasil (o *Eleitor 2010*, o *10 Perguntas* e o *Ficha Limpa*), em que medida tais iniciativas de democracia digital de fato contribuíram para ampliar a capacidade do cidadão de exercer algum controle ou influência sobre o processo eleitoral. Para tanto, analisamos o funcionamento de cada site, as ferramentas de ação e de consulta, assim como ganhos de visibilidade, transparência, controle social e *empowerment* do cidadão. Conclui-se que, apesar de possuírem propostas consistentes, as iniciativas geraram mínimo impacto em relação às campanhas (e aos candidatos), além de atraírem a contribuição de poucos eleitores.

Palavras-chave: Democracia Digital. Transparência. Visibilidade. Eleições 2010.

Abstract

This article aims to investigate, from three case studies related to the 2010 elections in Brazil ('Eleitor 2010', '10 Perguntas' and 'Ficha Limpa'), to what extent such initiatives of digital democracy actually helped to increase the capacity of citizens to exercise some control or influence over the electoral process. For this, we analyze how each site functions, its action and consult tools and how they can increase transparency, visibility, social control and civic 'empowerment'. We conclude that, despite having consistent proposals, these initiatives have generated minimal impact in relation to campaigns (and to candidates), and they only attracted the contribution of a few voters.

Keywords: Digital Democracy. Transparency. Visibility. 2010 Brazilian Elections.

1. Democracia digital

A expressão democracia digital², cada vez mais empregada por políticos, ativistas e pesquisadores, é constituída, essencialmente, no cruzamento entre as dimensões da democracia e das tecnologias digitais. Tratam-se, mais precisamente, de iniciativas, experiências e práticas políticas que, relacionadas aos requisitos democráticos básicos, se apóiam em recursos, dispositivos e ferramentas proporcionadas pelas tecnologias digitais como, por exemplo, a internet.

O advento da internet fez com que muitos acreditassem que este ambiente digital seria capaz de aumentar o engajamento político dos cidadãos nos negócios públicos, diminuindo, assim, a lacuna entre o sistema político formal e os cidadãos.

Uma das razões a que se atribui o distanciamento entre os cidadãos e a esfera de decisão política na democracia representativa contemporânea seria a dificuldade de monitoramento da sociedade civil³ dos negócios públicos ou, mais especificamente, da agenda política. Neste contexto, acreditou-se, em um primeiro momento, que o simples acesso dos indivíduos às redes resolveria problemas como a apatia política, o individualismo, e a falta de engajamento cívico. Porém, por outro lado, verificou-se que o ambiente *online*, puro e simplesmente, não seria capaz de cessar por completo esse déficit democrático. Há, inclusive, autores totalmente céticos em relação a essa possibilidade. Alguns afirmam que o ambiente *online* em nada mudaria as relações entre cidadão e sistema político, afirmando que os fatores socioeconômicos e culturais continuam sendo os grandes determinantes da participação política e do engajamento cívico³.

Todavia, a partir de outro ponto de vista, acredita-se que através deste novo ambiente, um cidadão, ou um grupo da sociedade civil, pode se comunicar e se inter-relacionar - sem mediações necessariamente institucionalizadas - com outros cidadãos, o que promoveria uma ampla reestruturação dos negócios públicos e conectaria, assim, governos e cidadãos (GOMES, 2005).

Nesse sentido, a internet pode desempenhar um papel importante na realização da democracia deliberativa, porque pode assegurar aos interessados em participar do jogo democrático dois dos seus requisitos fundamentais: informação política atualizada e oportunidade de interação (Ibidem, p. 220).

Dessa maneira, a perspectiva adotada neste trabalho entende que a internet pode exercer, sim, um papel ativo no jogo político, pois se configura como uma ferramenta com considerável potencial de contribuir para avanços democráticos, uma vez que possui recursos tecnológicos capazes de prover, por exemplo, informação política atualizada, transparência, deliberação pública e prestação de contas.

Ademais, o fato de a internet possibilitar que a sociedade civil produza conteúdos para consumo e acesso direto dos próprios cidadãos, e permitir que estes interfiram em assuntos do Estado, ou do sistema político, de modo a prescindir da mediação dos meios de massa, pode proporcionar aos indivíduos maiores oportunidades de participação nos negócios públicos e assuntos políticos, bem

como engajamento cívico. No entanto, não se defende que este meio será capaz de sanar todos os problemas concernentes à democracia, apesar de o advento da nova tecnologia digital mudar o cenário político-democrático contemporâneo.

Dessa forma, este artigo está dividido em duas seções principais. Na primeira, tratamos da literatura a respeito dos modos pelos quais a internet pode facilitar ou mesmo gerar o fortalecimento da cidadania. Na segunda seção, apresentamos a metodologia de análise e o estudo de três iniciativas digitais proeminentes nas eleições de 2010: O site do *Ficha Limpa*, o *10 Perguntas* e o *Eleitor 2010*. Finalmente, conclui-se ressaltando que as iniciativas viabilizam diversos e importantes potenciais democráticos, mas que foram pouco efetivos em modificar o funcionamento das campanhas políticas.

2. Internet e o fortalecimento da cidadania

A literatura sobre democracia digital tem abordado a questão da participação civil *online* a partir de duas vertentes. Uma delas se dedica ao estudo da chamada *e-participation*, que compreende a participação enquanto envolvimento direto dos cidadãos com a política e com o governo. Nesta perspectiva, tornam-se objetos de interesse aquelas iniciativas digitais, geralmente desenvolvidas por agentes e agências do Estado, que fornecem mecanismos para incluir a participação civil no processo de produção da decisão política (MARQUES, 2008; SAMPAIO, 2010). Portanto, incluem-se aqui dispositivos tais como *e-petitions*, *e-consultations*, *e-voting*, fóruns eletrônicos, *chats*, orçamentos participativos *online*, dentre outros. Nesta perspectiva, a cidadania sai fortalecida com essas experiências na medida em que, caso sejam conduzidas seriamente, espera-se que resultem na interferência mais ou menos direta da esfera civil no processo de tomada da decisão política (SÆBØ et al, 2008; SAMPAIO, 2010).

Uma outra vertente, no entanto, lida com aquelas iniciativas digitais, geradas e conduzidas no próprio âmbito da esfera civil, com os propósitos de disseminar informações e resolver questões sociais ou problemas específicos. Inscrevem-se aqui experiências como as *citizen networks*, os centros de *media* alternativa, o *hacktivism*, as redes de movimentos sociais, entre outras (COLEMAN, BLUMLER, 2007; MAIA, 2007). Na verdade, há uma ampla variedade de experiências desta natureza, pois estão condicionadas aos tipos de problemas e questões específicas que pretendem solucionar. Assim, por exemplo, uma iniciativa como o *fix my street*⁵, que permite ao cidadão reportar danos e problemas ao patrimônio público difere bastante de uma iniciativa como o *open congress*⁶, que possibilita ao indivíduo acompanhar as ações de seus legisladores. Tendo em vista isto, convém perguntar de que modo, então, as iniciativas civis podem contribuir para o fortalecimento da cidadania?⁷ De imediato, é possível imaginar as seguintes situações:

Visibilidade. Além de ser um repositório alternativo e extremamente denso de informações, a internet permite que os próprios indivíduos e grupos da esfera civil tornem-se responsáveis pelo provimento de parte deste estoque. Mais ainda, ao utilizar os recursos e dispositivos da internet para disseminar idéias, informações e opiniões a um público mais amplo, os agentes sociais aumentam as

oportunidades de agendar temas e questões sociais do seu interesse e de oferecer publicamente os argumentos em defesa de suas posições. O que está em jogo aqui é a possibilidade de intervir na agenda de discussão pública (AZEVEDO, 2007; BENNETT, 2003; KAHN E KELLNER, 2003; MAIA, 2007).

Fiscalização e controle. Recursos e dispositivos da internet permitem que indivíduos e grupos periféricos, mais sensíveis para detectar e identificar novas situações problemáticas, possam se articular em torno de questões sociais; além disso, desempenham um papel importante na supervisão dos assuntos de governo e da vida pública, inclusive expondo casos atinentes a sérios problemas relacionados à administração do Estado (YANG, 2003b). Neste sentido, sites como o *Transparência Brasil*⁸ e o *Contas Abertas*⁹ podem ser considerados exemplos de iniciativas bem sucedidas. Os recursos digitais, portanto, ampliam as possibilidades da esfera civil de exercer algum controle cognitivo sobre a esfera política.

Capacidade de organização e mobilização. A internet pode facilitar a organização, a coordenação e a realização de ações em conjunto. Através de seus recursos e dispositivos, indivíduos e grupos sociais podem buscar novos aliados e voluntários, captar novas fontes de apoio financeiro, disseminar informações sobre as ações, formular metas e estratégias, buscar apoio na comunidade internacional, organizar encontros, reuniões, conferências, passeatas ou, até mesmo, desenvolver formas *online* de pressão e protestos, tudo isto rapidamente, a um baixo custo (KALLIO E KÄKÖNEN, 2002; MAIA, 2007; YANG, 2003).

Aumento da capacidade concorrencial. Todas estas aplicações dos recursos digitais podem conduzir para o que Gomes (2011) identifica como um fortalecimento da capacidade concorrencial da cidadania. Segundo o argumento do autor, não se pode negar que no interior das democracias contemporâneas são travadas permanentemente lutas concorrenciais pela oportunidade de influenciar ou determinar a decisão política no Estado. Desse modo, iniciativas digitais podem contribuir para aumentar e/ou consolidar “quotas relevantes do poder do cidadão em face de outras instâncias concorrentes [sistema político, campos e corporações sociais] na disputa pela produção da decisão política no Estado ou na esfera social” (GOMES, 2011, p.10). Ainda que não tomem as decisões diretamente, os cidadãos podem, através do uso da internet, ampliar sua capacidade em influenciá-las (*Ibidem*, SÆBØ et al, 2008).

3. Análises de iniciativas digitais da esfera civil

Para esta pesquisa, optou-se por três iniciativas ligadas às eleições de 2010. Partiu-se do pressuposto de que tal corrida eleitoral apresentaria visibilidade e engajamento cívico especiais pela liberação da utilização de sites de redes sociais para as campanhas oficiais. Todavia, optou-se pela análise de sites de iniciativa civil, por acreditarmos que a cidadania democrática é “inquestionavelmente fortalecida pelo compartilhamento de informações, criação de comunidades e novos repertórios de ação coletiva que caracterizam redes políticas e cívicas” (COLEMAN, BLUMLER: 134, tradução nossa) nas quais as pessoas articulam e representam seus próprios valores e interesses (*Ibidem*, p. 134-135).

Foram levantadas, inicialmente, todas iniciativas relevantes de democracia digital mantidas pela esfera civil, conforme a tabela abaixo:

Tabela 1: Iniciativas democráticas nas eleições 2010

Sítio analisado	Links
<i>Eleitor 2010</i>	http://www.eleitor2010.com/main
Eu Lembro	http://www.eulembro.com.br/
<i>Ficha Limpa</i>	http://www.fichalimpa.org.br/
Ivote	http://www.ivote.com.br/
<i>10 Perguntas</i>	http://www.10perguntas.com.br/
Promessas de Políticos	http://www.promessasdepolicos.com.br/
Voto Certo	http://www.votecerto.com/
Vote Brasil	http://www.votebrasil.com/
Sem Sujeira	http://semsujeira.com/

De tais projetos, foram destacadas três iniciativas: uma que dependesse exclusivamente dos eleitores (*Eleitor 2010*), uma focada na ação de políticos (*Ficha Limpa*) e uma de caráter misto (*10 Perguntas*).

Considerando as eleições, optou-se pela criação de categorias que valorizassem o ganho em informação e em monitoramento/acompanhamento das eleições. De tal maneira, cada site foi qualitativamente analisado conforme o modelo abaixo¹⁰.

A - Descrição do site (responsável pela iniciativa, objetivos e funcionamento);

B - Ferramentas de ação (descrição de ferramentas digitais que permitam ao cidadão inserir algum tipo de *input*, como comentários, relatos, votos etc.);

C - Ferramentas de consulta (ferramentas ligadas à localização de informação política relevante sobre o projeto, sobre as eleições ou sobre os candidatos);

D - Transparência e Visibilidade (O que ele torna transparente? Quais os ganhos em visibilidade proporcionados pelo projeto?)

E - Controle Social/Empowerment (Quais os efetivos ganhos para a cidadania? O cidadão é empowered de alguma forma através da realização/ utilização da iniciativa digital?)

3.1 *Ficha Limpa*¹¹

A – Descrição do site

O site “*Ficha Limpa*” é apresentado como um instrumento de controle social da lei *Ficha Limpa* (Lei Complementar nº. 135/2010). Pretende que o cidadão conheça melhor o candidato e, assim, vote com mais consciência. Foi criado pelo ABRACCI (Articulação Brasileira contra a Corrupção e a Impunidade)¹², com o apoio do MCCE (Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral)¹³. Ambos, segundo o site, são conjuntos de entidades que visam a “contribuir para a construção de uma cultura de não corrupção e impunidade no Brasil por meio do estímulo e da articulação de ações de instituições e iniciativas com vistas a uma sociedade justa, democrática e solidária”.

No site, os políticos interessados em mostrar à população que atendem à lei *Ficha Limpa* se cadastram voluntariamente no site. Ao fazê-lo, devem informar semanalmente a origem dos recursos obtidos e os gastos efetivados nas campanhas. Somente após a avaliação da documentação, o candidato é autorizado (ou não) a figurar na lista do site. Assim, os candidatos “aprovados” podem mostrar que, além de estarem se posicionando de acordo com a lei, apresentam o compromisso da transparência através da prestação de contas de sua campanha eleitoral.

O cadastro, nas eleições 2010, estava aberto para candidatos aos cargos eletivos de Presidente da República; Senador; Deputado Federal e Governador. Foram, no total, 77 políticos cadastrados.

O cidadão, por sua vez, precisava apenas informar o nome completo e o e-mail. O cadastro permitia, apenas, que o usuário recebesse notícias sobre o site. O internauta não precisava estar cadastrado para acessar as informações do site.

B – Ferramentas de ação

A principal ferramenta de ação do site é a possibilidade de envio de denúncias. Ela permite o questionamento do teor das informações apresentadas pelos candidatos, mediante a apresentação de documentos comprobatórios, ou seja, o eleitor pode denunciar um candidato cadastrado. As possíveis denúncias são recebidas pela administração do sítio e encaminhadas ao órgão público responsável.

Os motivos para denúncia se restringem à veracidade dos documentos expostos pelos candidatos. Ao denunciante é obrigatória a identificação (CPF), a disponibilização de email e o envio de um documento que comprove a denúncia em questão.

No caso de denúncias quanto à atualização da prestação de contas dos concorrentes, o documento apresentado poderá ser uma cópia da página do sítio eletrônico do candidato denunciado ou ainda uma cópia da última prestação de contas disponibilizada.

C – Ferramentas de consulta

O site é voltado para ferramentas de consulta, que possibilitam o provimento de informação. Os eleitores podem sondar o cadastro dos candidatos de diferentes formas: por Estado, partido, nome/ número do candidato, cargo eletivo, gênero, idade, cor e etnia.

Através do link “consulta aos candidatos”, disponível na página principal, o usuário tem acesso aos dados do candidato: se ele exerceu mandatos anteriores; se ele já renunciou a algum mandato; se já foi cassado; documentos que provam que o candidato nunca renunciou a um mandato por cassação e não tem condenações em outros estados; e, ainda, o documento de candidatura no TRE.

Nem todas as informações são acessíveis. O link para ver a lista completa de candidatos inscritos no site, o link do processo de montagem do quadro dos candidatos e o link para consultar os documentos comprobatórios enviados pelos candidatos (todos na página principal do site) não estão disponíveis.

D – Transparência e Visibilidade

O site pretende promover transparência e fiscalização. Para a promoção da transparência, torna disponível a prestação de contas dos candidatos durante a campanha eleitoral, com atualização semanal em endereço eletrônico público na internet. As informações incluem a origem dos recursos obtidos e os gastos realizados.

E – Controle social / *Empowerment*

A promoção do controle social se dá, basicamente, de duas formas: 1) ao possibilitar que o eleitor tenha acesso às informações sobre a prestação de contas dos candidatos cadastrados e 2) ao permitir ao cidadão questionar essas informações e realizar denúncias de candidatos.

No geral, o site consegue cumprir com o que propõe, ou seja, tornar disponíveis, aos eleitores, informações sobre a ficha dos candidatos, para que os eleitores votem de modo mais consciente. Nesta lógica, tornar visível a prestação de contas consiste em uma forma de o cidadão fiscalizar o candidato, o que significa ganhos ao cidadão no sistema democrático, se seguirmos a lógica de que um cidadão mais bem informado vota com mais consciência.

A dificuldade está na excessiva dependência da vontade dos políticos se cadastrarem por iniciativa pessoal. Assim, foram, apenas, 77 políticos cadastrados. Esse número é extremamente baixo quando comparado à quantidade de pedidos de registro de candidatura efetuados nas eleições 2010 de acordo com o TSE¹⁴, a saber: Presidente da República, nove pedidos de registro de candidatura; Senador, 272 pedidos; Deputado Federal, 6015 pedidos e, por fim, Governador, 169 pedidos.

Vê-se que consiste em uma experiência positiva, entretanto, é imprescindível a participação dos candidatos para funcionar, de modo que se pode dizer que, quanto mais candidatos inscritos, mais bem sucedida seria a iniciativa.

3.2 10 Perguntas

A – Descrição do site

Originalmente, a iniciativa nasceu nos EUA durante as campanhas presidenciais de 2008 sobre o nome de *10 Questions*. A plataforma foi trazida pelo Brasil pelos institutos *Americas Business Foundation* e *Tellus* com o apoio de uma série de parceiros, como o *Personal Democracy Forum*, *The Knight Foundation* e o *Google Brasil (YouTube/Gmail)*. Pela parceria criada, o acesso ao site era viabilizado pelo mesmo login/senha do Gmail.

Basicamente, o site buscava uma maior interação entre cidadãos e os candidatos a presidente em 2010. Qualquer interessado poderia, inicialmente, formular uma pergunta e enviá-la ao programa (através do *YouTube* ou pelo site). Simultaneamente, o usuário poderia votar nas perguntas postadas por outros cidadãos. Assim, as *10 Perguntas* mais votadas foram remetidas aos candidatos a presidente, que deveriam, por sua vez, gravar vídeos respondendo a essas perguntas. Finalmente, os internautas participantes poderiam avaliar através do site a qualidade da resposta do candidato.

B. Ferramentas de ação

O site é baseado no *input* dos cidadãos. O internauta iria produzir as perguntas a serem respondidas pelos candidatos a presidente. Priorizou-se a realização de perguntas gravadas em vídeo, mas também era possível o envio de questões escritas.

No momento da análise do *10 Perguntas*, havia 606 perguntas disponíveis para a consulta. Em cada questão, era disponibilizado o número de votos (e a divisão entre as avaliações positivas e negativas), o nome da pessoa, estado brasileiro e o histórico dos votos por dias, além das possibilidades de reenvio para mídias sociais.

Para verificar a qualidade dessa participação cívica foram selecionadas aleatoriamente 60 perguntas, seis de cada tema disponível (economia, trabalho, educação, saúde, segurança pública e nacional, relações internacionais, gestão pública, energia e infraestrutura, meio ambiente e desenvolvimento sustentável, outros). Ao total, foram 51 perguntas escritas e apenas nove vídeos.

A maioria das questões foi pertinente, apesar de geralmente serem excessivamente abertas, por exemplo, “como resolver o problema de transportes no Brasil” ou “O atendimento do SUS está um caos. Como os governantes pensam em melhorar esta situação?”. Por outro lado, houve algumas bastante específicas, como: “De acordo com o Mapa da Violência 2010, o número de homicídios envolvendo jovens aumentou consideravelmente em todo o país. Quais políticas públicas você pretende implementar na área de juventude e segurança pública?”.

Os internautas também consideraram interessante realizar perguntas polêmicas geralmente evitadas pelos candidatos em debates, vide os exemplos: “Os Srs. apoiariam um Projeto de Lei que submetesse os reajustes dos altos cargos do Executivo, Legislativo e Judiciário a um Plebiscito?”, “Você é favorável a criação da usina de Belo Monte na Amazônia?”. Desse modo, por esse *corpus* aleatório, foi possível verificar que todas as questões eram relevantes e demandariam boas respostas dos candidatos.

C. Ferramentas de Consulta

Divididas basicamente nas seções “Sobre” e “FAQ”, as ferramentas de consulta se concentraram em dar mais informações sobre a iniciativa em si. Na primeira, há informações da história e origem do projeto, assim como seus principais objetivos. Já a segunda, busca esclarecer sobre os métodos de funcionamento, em especial sobre como realizar as perguntas, quais serão as *10 Perguntas* finais e como funciona a participação dos candidatos no processo. Não há informações sobre os candidatos em si.

D. Transparência/Visibilidade

Houve, potencialmente, dois ganhos em transparência. Primeiramente, ao contrário das campanhas *online* oficiais, o eleitor era capaz de acompanhar as perguntas que foram enviadas e o número de votos que estavam recebendo. Nas campanhas tradicionais, há um excessivo controle das campanhas que podem selecionar o que será mostrado, ou não, ou, simplesmente, quais perguntas

responder, e quais ignorar (STROMER-GALLEY, 2000). Sendo um agente independente, o *10 Perguntas* permitia essa transparência em seu processo de seleção das perguntas. O segundo ganho de transparência está nas respostas providas pelos candidatos, já que, normalmente, as campanhas e os debates geralmente são muito fechados aos questionamentos diretos dos eleitores.

E. Controle Social/Empowerment

O *10 Questions* obteve êxito nos EUA, pois conseguiu envolver eleitores e candidatos. O mesmo não pode ser dito sobre o *10 Perguntas*. A iniciativa demonstrou que não basta o engajamento popular. Se avaliarmos de maneira geral, 606 perguntas é um contingente bastante razoável de eleitores interessados, soma-se a isto o fato de a maioria das perguntas ter apresentado entre 100 e 200 votos, o que demonstra, novamente, interesse dos cidadãos. Por outro lado, apenas uma concorrente (Marina Silva) dentre os nove candidatos a presidente se interessou em responder as *10 Perguntas* finais. Além disso, nenhum dos dois candidatos do segundo turno ofereceu alguma resposta. Interessantemente, nem mesmo os candidatos pequenos tiveram o interesse de participar da proposta. Isso, em grande medida, reforça as conclusões de Stromer-Galley (2000) de que as campanhas desejam manter o controle da comunicação da própria campanha, uma vez que isso evita que o candidato se exponha desnecessariamente a perguntas inconvenientes.

Ou seja, o efetivo ganho do site foi pequeno, mesmo em controle cognitivo. Houve um ganho em relação à candidata Marina Silva, mas que certamente poderia ser nublado pela frustração do eleitor que participou enviando questões e votando nas questões e que, ao fim, não foi respondido pelo candidato almejado (ou sequer por um número razoável deles).

4. Eleitor 2010¹⁵

A. Descrição do site

Trata-se de uma plataforma que reúne relatos, testemunhos e denúncias de fatos relacionados a crimes ou contravenções eleitorais presenciados pelos próprios cidadãos durante as campanhas eleitorais de 2010 no Brasil. O *Eleitor 2010* é um projeto sem fins lucrativos e sem qualquer filiação partidária. O site foi construído e é mantido por uma equipe de voluntários e possui um conselho composto por professores universitários, especialistas em comunicação e representantes de grupos da sociedade civil. Finalmente, tem o apoio do *Global Voices Online*¹⁶.

Segundo a jornalista Paula Góes, mentora da iniciativa, em sua experiência como produtora de TV, a emissora recebia um grande número de denúncias feitas por cidadãos durante o processo eleitoral. Entretanto, era impossível para a empresa deslocar equipes de reportagens para atender a todos os chamados e, assim, grande parte das acusações acabavam sendo ignoradas. A idéia, portanto, era dar visibilidade a estas denúncias.

O projeto começou a se materializar a partir do uso da plataforma *Ushahidi*¹⁷. Trata-se de uma ferramenta *opensource*, que permite o envio de relatos (junto com fotos ou vídeos) e a geolocalização dos mesmos¹⁸.

Na iniciativa, um cidadão que se depara com uma situação irregular durante o processo eleitoral pode enviar um relato através do e-mail (relato@eleitor2010.com), de *tweets*, usando as *hashtags* no Twitter (#eleitor2010 ou #eleitor_2010), de mensagens em mídias sociais ou através do formulário no próprio site.

Uma vez enviado, o relato passa por moderação. Alguns critérios devem ser atendidos para que seja publicado: 1) deve tratar apenas de irregularidades referentes às eleições brasileiras de 2010; 2) deve conter o testemunho pessoal do cidadão; 3) deve ser baseado apenas nos fatos; 4) não pode conter agressões gratuitas; 5) não pode ser falso, ininteligível ou vago.

Ao publicar, o moderador marca o relato como verificado ou não verificado. São marcados como verificados aqueles relatos que possuem links de notícias publicadas na imprensa ou de decisões de autoridades competentes, e aqueles verificados pela equipe do *Eleitor 2010* ou por seus parceiros. Ao todo, foram 1.359 relatos recebidos, sendo que 1.285 foram aprovados e publicados pela moderação.

B. Ferramentas de ação

O *Eleitor 2010* possui basicamente quatro ferramentas de ação, isto é, aquelas ferramentas que demandam uma atuação do cidadão. São elas: 1) receber alertas através de celular e/ou e-mail. Uma vez cadastrado, ele receberá uma mensagem de alerta sempre que um relato envolvendo aquela região for registrado; 2) através de um formulário no próprio site é possível entrar em contato com a coordenação do projeto; 3) enviar relatos e 4) Comentários: em cada relato é permitido que outros cidadãos registrem seus comentários, que podem servir para esclarecer os fatos, acrescentar informações, rebater ou confirmar acusações. Em cada inserção, também era possível votar o relato como positivo ou negativo.

Para uma análise das denúncias, foram selecionados aleatoriamente 132 relatos, que correspondem a cerca de 10% de todas as denúncias publicadas no site até o momento da pesquisa.

De tal *corpus*, apenas 40.9% (n=54) dos relatos tinham sido marcados como verificados. Entretanto, o site apresenta um problema neste quesito: ainda que possua critérios claros para marcar um relato como verificado, algumas vezes não é possível identificar porque um relato em particular tenha sido marcado como tal. Mais ainda, alguns relatos com links para sites de notícia encontravam-se marcados como não verificados, embora tivessem atendido a um critério para atribuir-lhe a verificação.

Quanto ao teor da denúncia, nota-se que 47% dos relatos analisados (n=62) referem-se a propagandas ilegais (placas abandonadas próximas a zonas eleitorais, *spam* de mensagens eletrônicas e SMS) e sujeira no dia de votação. Outros 22.7% (n=30) referem-se a denúncias relacionadas à compra de votos e abuso de poder. Cerca de 15.2% (n=20) referem-se a políticos com a ficha suja e outros 15.2% (n=20) a crimes variados (boca de urna, difamação, violência, detenção e outros).

Porém, os dados mais interessantes surgem ao se avaliar o conteúdo das denúncias. Nota-se, que uma parte considerável das contribuições, cerca de 49.2% (n=65), não corresponde a uma denúncia propriamente dita, mas trata-se apenas da divulgação de notícias que foram publicadas em outros sites, muitos dos casos inclusive já sendo investigados ou concluídos, e, em alguns relatos, não há um crime a se denunciar¹⁹.

Aqueles relatos que são de fato uma denúncia apresentam, em geral, dois problemas: ou possuem poucos detalhes e não produzem repercussão no site (22.7%, n=30) ou não há nada vinculado que possa comprovar a denúncia (15.9%, n=21). Apenas 6 (4.6%) inserções atenderam a proposta do site de ser um local privilegiado para expor denúncias contra crimes eleitorais e cumpriram os critérios estabelecidos.

C. Ferramentas de consulta

Ver relatos: as principais ferramentas de consulta dizem respeito aos relatos. A forma básica de consultar um relato é através de uma lista de 129 páginas, contendo todas as denúncias publicadas, ordenadas do mais recente ao mais antigo. Entretanto, há sistemas de filtragem: por categorias (campanha, pré-campanha, dia da eleição, segundo turno, etc); por arquivos vinculados aos relatos (notícias, fotos, vídeos); e por localidade.

Sobre e FAQ: através destes links o cidadão pode adquirir mais informações sobre o projeto *Eleitor 2010*: o que é, como surgiu, como funciona, sua estrutura e equipe de trabalho e até mesmo como se deve proceder para tornar-se um trabalhador voluntário do projeto.

Critérios e como denuncio: aqui são explicados os itens que compõem o relato, os critérios para sua publicação e de que modo pode ser enviado à equipe do site. São informações que vão ajudar o cidadão a produzir sua denúncia e a interagir com o site para sua publicação.

Disque denúncia e crimes eleitorais: estes links são responsáveis por fornecer informações complementares para os relatos. O item disque denúncia apresenta uma lista de contatos em todo Brasil que o cidadão pode recorrer para levar sua denúncia às autoridades competentes. O item crimes eleitorais apresenta uma lista resumida e simplificada de ações consideradas ilegais durante o período do processo eleitoral e também um link para baixar o arquivo em extensão .pdf da Lei Eleitoral Brasileira, no site da Câmara dos Deputados.

D. Transparência / Visibilidade

Notadamente, o site busca conferir visibilidade aos relatos, aos testemunhos, às denúncias dos cidadãos sobre fatos, eventos e situações, ocorridos durante o processo eleitoral de 2010 no Brasil.

De fato, o que se aferiu é que o *Eleitor 2010* foi utilizado para conferir visibilidade a notícias publicadas em outros portais de notícias ou blogs (49.2% da

amostra). Na maioria dos casos, o conteúdo do relato é uma reprodução fiel do texto publicado em outro local, citando-o como fonte. Entretanto, os fatos descritos por tais notícias ou encontram-se já sob investigação ou foram concluídos.

Todavia, essa atitude aumenta o volume de relatos no site (e são informações que já conseguiram sua cota de visibilidade em outros locais). E o grande volume de relatos pode prejudicar a visibilidade daqueles que trazem uma denúncia inédita e que priorizaram o site como canal de expressão.

E. Controle social/Empowerment

Na perspectiva adotada, o cidadão adquire algum poder político, exerce algum controle cognitivo se ao menos uma dessas situações for atendida. O relato: a) serve de pauta para imprensa (que produziria notícias e aprofundaria mais a denúncia); b) serve como denúncia para as autoridades competentes (no caso de as próprias instâncias policiais e judiciais resolverem investigar o caso); c) serve para produzir uma forte discussão pública (que possa levar alguns eleitores a mudarem a opinião e o voto); ou d) leva o acusado a se explicar em público (desculpar-se, justificar-se etc.).

No que diz respeito à situação (a), parece na verdade ocorrer o contrário: os relatos do site não pautam a imprensa, mas grande parte do conteúdo do *Eleitor 2010* provém de notícias publicadas em outros locais.

O site esclarece que não há ainda nenhum tipo de parceria com as autoridades competentes que permita a situação (b), embora seja do interesse de seus idealizadores que ela exista. O que os responsáveis pelo *Eleitor 2010* declaram é que as denúncias mais consistentes são encaminhadas por voluntários da equipe para as autoridades.

Apenas três relatos da amostra analisada produziram algum tipo de discussão, mas em nenhuma delas alguém pareceu, pela leitura dos comentários, mudar de opinião, descartando assim a situação (c). O único indício que foi encontrado foi o da situação (d), pois houve um caso em que a assessora de um candidato/partido postou um comentário para explicar e defender a sua posição e um outro caso que fez com que o criador de um blog comentasse defendendo o ponto de vista das informações divulgadas em seu site.

Conclusão

Conforme nossa análise qualitativa demonstrou, os três sites apresentaram propostas pertinentes na perspectiva de aumentar o controle cognitivo e o *empowerment* do cidadão em relação aos candidatos políticos e suas campanhas, mas, igualmente, todos tiveram dificuldades em cumprir suas propostas.

No quesito *empowerment*, tanto o *10 Perguntas* quanto o *Ficha Limpa* demonstraram a falta de vontade das campanhas de aderirem a tais iniciativas. Além dos motivos elencados por Stromer-Galley (2000), possivelmente candidatos e seus assessores perceberam os projetos como pouco visíveis ou

válidos, ou seja, demandavam esforços grandes para pouco retorno político. Uma possível evidência disso é que uma iniciativa similar ao *10 Perguntas*, realizada pelo *YouTube*²⁰ que permitiu ao eleitor enviar perguntas através do site, recebeu respostas dos três principais concorrentes a presidente. A diferença, entretanto, é que tais respostas seriam veiculadas pela TV Bandeirantes, aumentando consideravelmente a visibilidade das mesmas.

Entretanto, há ganhos mais perceptíveis em controle cognitivo. Tanto o *10 Perguntas* quanto o *Eleitor 2010* apresentaram contribuições interessantes pela esfera civil. Os eleitores demonstraram interesse em bolar perguntas ou mesmo em acompanhar as eleições e denunciar irregularidades. Novamente, a baixa visibilidade das iniciativas²¹ tende a ser o principal empecilho para seu sucesso, porém, vale ressaltar que o *Eleitor 2010* demonstra que a simples oferta de ferramentas digitais de participação e controle cognitivo não implica, necessariamente, em resultados qualificados.

Ao fim, pela análise das três iniciativas, defendemos que há um “ganho pela exceção”, ou seja, os sites ofereceram ganhos em termos cognitivos aos cidadãos por evidenciarem agentes políticos realmente atentos e ativos às iniciativas civis. Como a campanha de Marina, que se importou em responder ao *10 Perguntas*, como os candidatos que se voluntariaram para se cadastrar no *Ficha Limpa* e, ainda, como o exemplo da assessora de um candidato que respondeu a uma denúncia no *Eleitor 2010*. Apesar de exceções, as iniciativas acabaram por fazer contribuições que podem ter ajudado na decisão de eleitores envolvidos nas iniciativas analisadas.

Referências Bibliográficas

- AZEVEDO, D. P. *Esfera civil e a net: explorando os meios e oportunidades digitais para o engajamento cívico*. Anais do II Compolítica, Belo Horizonte, 2007.
- BENNETT W. L. *Communicating Global Activism: Strengths and vulnerabilities of networked Politics*. *Information, Communication & Society*, v.6, n.2, 143–168, 2003.
- BUCHSTEIN, H. *Bytes that Bite: the Internet and deliberative democracy*. *Constellations*, 4 (2), p. 248-263, 1997.
- COLEMAN, S.; BLUMLER, J.G. *The internet and democratic citizenship: theory, practice and policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
- DAVIS, R. *Politics online: blogs, chatrooms, and discussion groups in American democracy*. Londres: Routledge, 2005.
- DIMAGGIO, P.; HARGITTAI, E.; NEUMAN, W R.; ROBINSON, J. P. *Social implications of the Internet*. *Annual Review of Sociology*, 27, p. 307-336, 2001.
- DOWNEY, J.; FENTON, N. *New media, counter publicity and the public sphere*. *New Media & Society*, 5(2), p.185–202, 2003.

GOMES, W. *A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política*. Revista Fronteiras – estudos midiáticos, 7(3), 2005, 214-222.

_____. *Participação Política Online: Questões e hipóteses de trabalho*. In: GOMES, W.; MAIA, R. C. M.; MARQUES, F. P. J. A (Orgs.). *Participação política e internet*. 2011. No prelo.

KALLIO, K.; KÄKÖNEN, J. *Internet in improving democracy? Some critical remarks*. Euricom colloquium: Electronic networks and democratic engagement, Nijmegen, 2002.

KAHN, R.; KELLNER, D. *New Media and Internet Activism: From the 'Battle of Seattle' to Blogging*. *New Media & Society*, 6, p. 87 – 95, 2004.

MAIA, R. C. M. *Redes cívicas e internet: efeitos democráticos do associativismo*. Logos. Rio de Janeiro, V.14, P. 43-62, 2007.

MARQUES, F. P. J. A. *Participação política e internet: meios e oportunidades digitais de participação civil na democracia contemporânea, com um estudo do caso do estado brasileiro*. 2008. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

SÆBØ, Ø. et al. *eParticipation: Designing and Managing Political Discussion Forums*. *Social Science Computer Review*, N.28, v. 4, 403-426, 2008.

SAMPAIO, R. C. *Participação política e os potenciais democráticos da internet*. Debates, Porto Alegre, v.4, n.1, p. 29-53, jan.-jun. 2010.

TSAGAROUSIANOU, R. *Electronic democracy in practice: one, two, three... countless variants*. *Hermes*, 26-27, pp. 233-246, 2000.

STROMER-GALLEY, J. *Online Interaction and Why Candidates Avoid It*. *Journal of Communication*, v. 50, n. 4, p. 111-132, 2000.

WILHELM, A. G. *Virtual sounding boards: how deliberative is online political discussion*. In: HAGUE, B.; LOADER, B.D. (Org.). *Digital Democracy: discourse and decision Making in the Information Age*. London: Routledge, 1999. p. 154-178.

YANG, G. *The Internet and the Rise of a Transnational Chinese Cultural Sphere*. *Media Culture Society*, 25, p. 469 – 490, 2003.

_____. *The Internet and Civil Society in China: a preliminary assessment*. *Journal of Contemporary China*, 12(36), August, 453–475, 2003b.

Anexos

Figura 1: *Ficha Limpa*



Figura 2: *10 Perguntas*



Figura 3: *Eleitor 2010*



Notas

1. Uma versão anterior desse estudo foi apresentada no IV Encontro da Compólitica 2011.
2. *Cyber-democracy; e-democracy; electronic democracy; virtual democracy.*
3. Organizações Não-Governamentais (ONGs), grupos, entidades, associações, movimentos sociais em rede, instituições acadêmicas, dentre outros.
4. Para melhor explicação acerca desse viés de pensamento, ver BUCHSTEIN (1997); DAVIS (2005); DIMAGGIO et al (2001); WILHELM (1999).
5. <http://www.fixmystreet.com/>
6. <http://www.opencongress.org/>
7. Aqui apenas detalhamos algumas das vantagens oferecidas pela internet à esfera civil. Ver Maia (2007) para o detalhamento de outras possibilidades.
8. <http://www.transparencia.org.br>
9. <http://contasabertas.uol.com.br/WebSite/>
10. A pesquisa e a análise foram realizadas no período de dezembro de 2010 a janeiro de 2011. Assim, todos os sites presentes nesse estudo também têm essa data de acesso.
11. <http://www.fichalimpa.org.br>.
12. <http://www.abracci.org.br/>.
13. <http://www.mcce.org.br/>.
14. <http://divulgacand2010.tse.jus.br/divulgacand2010/jsp/index.jsp>.
15. <http://www.eleitor2010.com/>.
16. <http://www.globalvoicesonline.org/>.

17. <http://www.Ushahidi.com/>.
18. Foi primeiramente utilizada no Quênia, em 2008, mas já foi testada em países como Madagascar, Chile, Haiti, Sudão, México, Moçambique e Bolívia.
19. É o caso de relatos relacionados a políticos com a ficha suja, por exemplo. Os relatos não são denúncias, apenas informam que o TRE ou o TSE resolveu impugnar a candidatura deste ou daquele candidato e o link da fonte da informação.
20. <http://www.YouTube.com/eleicoes?gl=BR&hl=pt>. Acesso em 15 Jan. de 2010.
21. O *Eleitor 2010*, por exemplo, teve 52.241 visitas únicas, valor expressivo em termos absolutos, mas mínimo em relação à população brasileira.