

# Do Príncipe ao Príncipe Digital: transformações nas estruturas de poder, liderança e hegemonia

**Maíra Bittencourt**

Universidade Federal de Rondônia

Pós-doutora em Comunicação pela Universidade da Beira Interior - UBI - Portugal. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo - USP. Professora do departamento de jornalismo da Universidade Federal de Rondônia - UNIR.

## RESUMO

O conceito de Príncipe Digital, como variante da teoria criada por Maquiavel e revisitada por Gramsci e Ianni, ilumina a forma como, na era das redes digitais, estão estruturadas as categorias: poder, hegemonia e liderança. Este estudo se propõe ao entendimento das atuais problemáticas sociais e políticas que afetam o Brasil e, por consequência, a comunicação no país. Com base em uma ampla pesquisa de campo realizada com 601 entrevistados, em 74 manifestações populares, nas cinco regiões brasileiras, seguida de grupo focal e análises qualitativas, o trabalho reformula um conceito que atravessou a história moderna, o conceito de Príncipe.

**Palavras-Chave:** Príncipe Digital. Jornalismo. Mobilização Social.

## 1. Introdução

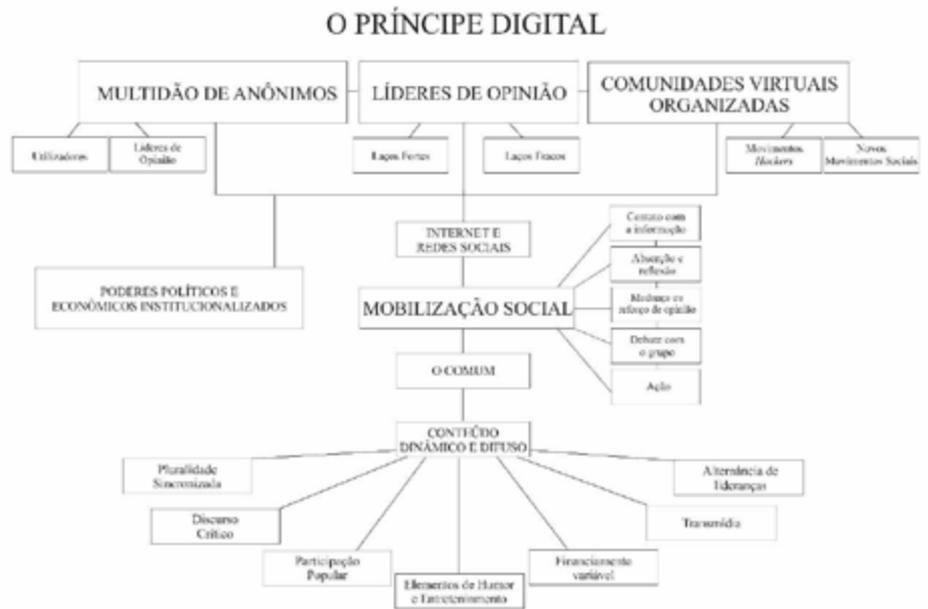
O *Príncipe* foi escrito por Nicolau Maquiavel como um guia de instruções para o governante exercer a liderança, a hegemonia e a soberania<sup>1</sup>. Anos mais tarde, Antonio Gramsci visitou a obra de Maquiavel e, partindo dela, propôs o conceito de “Moderno Príncipe”. Nele, a articulação desses três aspectos deixou de estar atrelada a um único indivíduo governante e migrou para o partido político. Foram propostas alterações conceituais em linha com as mudanças que ocorreram nas estruturas da sociedade da época. Pelo mesmo motivo, o das transformações sociais, Octávio Ianni desenvolveu a sua brilhante formulação de “Príncipe Eletrônico”. Com foco na sociedade midiaticizada, pela comunicação de massa, realidade do século XX, ele refletiu sobre os novos posicionamentos das mesmas categorias dos príncipes anteriores: liderança, hegemonia e soberania<sup>2</sup>. No contexto do “Príncipe Eletrônico”, o exercício delas é concedido aos meios de comunicação de massa<sup>3</sup>, principalmente à televisão.

O Príncipe Digital surge como proposta de reflexão sobre as atuais configurações sociais e as transformações midiáticas, influenciadas pela comunicação em rede, pois, entender como se organizam as questões relacionadas à liderança, hegemonia e soberania é adentrar o cerne da realidade social do momento vivido. Ao compreender essas estruturas, será possível começar a pensar em alternativas mais eficazes para dialogar com a sociedade, a exemplo do que ocorreu outrora com os modelos teóricos dos outros príncipes.

O modelo do Príncipe Digital não é somente uma reflexão teórica, todo o processo metodológico estruturante foi ancorado em experiências empíricas. A escolha foi por utilizar a metodologia da *Grounded Theory* (GT), que tem por principal finalidade a criação de novas teorias com base em dados advindos do campo. Por meio do processo da GT, os dados foram coletados, codificados e confrontados com teorias. Foram três fases de coleta de informações. A fase 1, com pesquisa quantitativa<sup>4</sup>. A fase 2, com grupo focal<sup>5</sup>. E, a fase 3, com observação e acompanhamento de conteúdos. Ao fim, emergiu o índice refinado das categorias, que está representado no organograma das categorias principais e secundárias do Príncipe Digital.

**Imagem 1:** Categorias que compõem e definem o Príncipe Digital

□



O cerne deste conceito está nessas categorias. São elas que compõem a teoria do Príncipe Digital que será apresentada ao longo deste artigo. Como é possível observar, através da imagem acima, o Príncipe Digital não é um indivíduo nem uma organização ou instituição única. Ele é a confluência das categorias principais: Multidão de Anônimos, Líderes de Opinião e Comunidades Virtuais Organizadas, que geram, por meio da internet e das redes sociais, um processo de Mobilização Social. Dele resultam as condições apresentadas nas categorias secundárias: pluralidade sincronizada, discurso crítico, participação popular, elementos de humor e entretenimento, financiamento variável, transmídia e alternância de lideranças. Caminha em linha paralela a elas os poderes econômicos e políticos institucionalizados.

No observar dessas categorias que foi possível perceber que elas confluem para o mesmo eixo constituinte de todos os outros príncipes. Esse eixo está nos seguintes pontos: produção de hegemonia, liderança e soberania.

Este artigo está dividido em três momentos. Primeiramente, abordamos os três conceitos de Príncipes segundo Maquiavel, Gramsci e Ianni. Eles são a base teórica para a construção do Príncipe Digital. É a partir da visita a esses autores que começa o percurso da constituição dessa nova figura. Na sequência apontamos os elementos básicos da constituição do Príncipe Digital e, por fim, salientamos a aplicabilidade deste modelo nas atuais estruturas sociais.

### 1.1 Do Príncipe Monarca de Maquiavel ao Príncipe das massas de Ianni

O *Príncipe* foi um texto dirigido ao governo italiano renascentista do século XVI. Nesse período, o Estado vivia uma situação política conturbada.

Existiam muitas divisões. A Itália havia se tornado um agrupamento de pequenas repúblicas, reinos, ducados, além dos Estados da Igreja. Todos viviam em constantes disputas.

Nesse cenário, Maquiavel, que era tido como republicano, aponta o principado como uma solução intermediária para unificar a Itália. “Maquiavel representa e busca tornar orgânicas as tendências políticas dos burgueses (repúblicas) e dos príncipes, uma vez que querem, uns e outros, fundar Estados ou ampliar seu poder territorial e militar” (GRAMSCI, 2014b, p. 223). A centralização do poder político seria uma solução momentânea para que a Itália não se fragmentasse e passasse a depender das grandes potências europeias.

Para analisar de forma mais visual propomos uma tabela com as características e definições de quem é o “Príncipe”. A intenção é que ela possibilite uma comparação facilitada com os conceitos dos demais príncipes.

**Tabela 1:** Quadro de resumo das competências necessárias para o “Príncipe”, de Maquiavel

O PRÍNCIPE DE “MAQUIAVEL”			
<b>Quem é o “Príncipe”?</b>	O “Príncipe” é uma pessoa, é o governante, a figura do líder ou <i>condottiero</i> . Ele é um político capaz de articular inteligentemente as suas qualidades de atuação e intervenção.		
<b>Características necessárias para um bom “Príncipe”.</b>	<p>A <i>virtú</i> e a <i>fortuna</i>.                      A piedade, a fidelidade, a integridade, a religiosidade e a humanidade.                      Deve ser lento no crer e no agir.                      Não se alarmar por si mesmo e proceder por forma equilibrada, com prudência e humanidade, buscando evitar que a excessiva confiança o torne incauto e a demasiada desconfiança o faça intolerável.</p>		
O que cabe ao “Príncipe”?	Por quê?	Como agir	Dificuldades
Ser amigo do povo.	O “Príncipe” é estimado quando “verdadeiro amigo e vero inimigo”. Sem medo, deve se revelar “a favor de um e contra o outro”. Pois aquele que demonstra estar lutando ao lado de seus liderados torna-se estimado por essa fidelidade.	Um “Príncipe” hábil deve fazer com que, em qualquer circunstância, o povo tenha necessidade do Estado e também do governante. Dessa forma, “sempre lhe serão fiéis”.	Proporcionar o bem coletivo sem se descuidar nem se deixar espaços para que outros se aproximem do poder.

O PRÍNCIPE DE “MAQUIAVEL”			
O que cabe ao “Príncipe”?	Por quê?	Como agir	Dificuldades
O “Príncipe” deve dominar o liderado: pela inteligência ou pela força.	Para que o povo se mantenha sob domínio.	Dentre as formas para executar esse domínio é preciso estar atento à: piedade, fidelidade, integridade, religiosidade e humanidade.	Pode parecer cruel.
O olhar deve estar sempre atento para a sua comunidade e para o benefício do seu povo.	Porque assim o povo continuará sempre favorável ao Príncipe.	O “Príncipe” não deve ter medo de tomar alguma atitude pensando que possa ser visto como cruel, pois existem ações de crueldade para com os outros que podem gerar a paz para o seu povo.	-
O “Príncipe” deve procurar ser amado e temido. Mas se tiver que escolher entre ambas as características, deve, primeiramente, optar por ser temido.	É preciso agir pensando, primeiramente, na segurança do seu posto do que na possibilidade de não ser amado.	“Seria necessário ser uma coisa e outra; mas como é difícil reuni-las, em tendo que faltar uma das duas, é muito mais seguro ser temido do que amado. Isso porque dos homens pode-se dizer, geralmente, que são ingratos” (MAQUIAVEL, p. 64).	“Enquanto lhes fizeres bem, são todos teus, oferecem-te o próprio sangue, os bens, a vida, os filhos, desde que, como se disse acima, a necessidade esteja longe de ti; quando esta se avizinha, porém, revoltam-se”. (MAQUIAVEL, p. 64).
Persistência na conduta.	“A natureza dos povos é vária, sendo fácil persuadi-los de uma coisa, mas difícil firmá-los nessa persuasão” (MAQUIAVEL, p. 38).	Mantendo-se atento.	Apesar de todos os quesitos e critérios, a população pode deixar de estar ao lado de um líder a qualquer momento.
Hereditariedade ou continuidade no poder.	Porque já existe uma tradição instituída e um respeito preestabelecido.	Os que não herdaram um reino devem procurar cativar o povo e buscar estar sempre provando que possuem competência para tal função.	“Os homens, com satisfação, mudam de senhor pensando melhorar” (GRAMSCI, 2014a, p. 5.)

Fonte: Resumo elaborado pela autora com base no livro *O Príncipe*.

Naquele período histórico, era possível pensar numa organização social assentada em um único líder centralizador do poder. Maquiavel não criou um modelo teórico, com princípios e critérios, mas sim juntou em um ser humano, numa única figura de homem (que é esse utópico “Príncipe”, o *condottiero*), um conjunto de “traços característicos, deveres e necessidades de uma pessoa concreta” (GRAMSCI, 2014a, p. 4). Seria como se pensássemos em uma complexa ideologia política, a ser aplicada em uma reorganização social para um povo disperso de uma sociedade desestruturada, que se realiza em um único ser: um Príncipe, capaz de reunir todas essas necessidades.

Mais de trezentos anos depois, entre o final do século XIX e início do XX, Antonio Gramsci, também italiano e leitor de Maquiavel, atualizou o conceito de “Príncipe”, tornando-o viável para outra realidade social. Para Gramsci, essa liderança da revolução, calçada em um único ser humano, não seria possível em qualquer época e, muito menos, na realidade da Itália do início do século XX. Para ganhar aplicabilidade prática, essa liderança deveria contar, em primeiro lugar, com uma vontade coletiva, a qual ele classificava como “utopia”. Podemos resumir o “Moderno Príncipe” na seguinte tabela:

**Tabela 2:** Quadro de resumo das competências do “Moderno Príncipe”, de Gramsci

O MODERNO PRÍNCIPE, DE GRAMSCI			
<b>Quem é o Moderno Príncipe?</b>	É o partido revolucionário. É a célula básica em que se sintetiza a vontade coletiva (hegemonia). O partido tem como base a classe operária em parceria com a classe camponesa e a política de vanguarda.		
<b>Características necessárias para o</b>	Não pode ser uma pessoa real, um indivíduo concreto. Só pode ser um organismo (Esse organismo é o partido).		
<b>Moderno Príncipe</b>	Deve ser “o propagandista e o organizador de uma reforma intelectual e moral, o que significa criar o terreno para um desenvolvimento ulterior da vontade coletiva nacional popular no sentido de alcançar uma forma superior e total de civilização moderna” (GRAMSCI, 1968, p. 9). Espaço de resposta aos anseios ‘reais’ das estruturas sociais e dos pensamentos libertários.		
<b>O que cabe ao Moderno Príncipe?</b>	<b>Por quê?</b>	<b>Como agir</b>	<b>Dificuldades</b>
Organizar o proletariado para a revolução.	Ele é o espaço que oferece educação, formação, lugar para discussão e unificação para os seus integrantes.	Estar sempre em meio às massas para que elas o reconheçam como o seu partido.	Cuidar para não agir como sendo uma imposição.

O MODERNO PRÍNCIPE, DE GRAMSCI			
O que cabe ao Moderno Príncipe?	Por quê?	Como agir	Dificuldades
“Trabalhar para que o proletariado adquira uma identidade política autônoma. (Consciência Socialista)” (NERES, 2012, p. 83).	Para guiar “no processo de insurreição revolucionária” (NERES, 2012, p. 83).	“O partido deveria proporcionar discussão e educação socialista para seus membros” (NERES, 2012, p. 83).	-
Instigar e suscitar a vontade coletiva.	O partido político é um espaço de produção de opinião, articulação e emissão de ideias. Essas opiniões serão capazes de atingir a massa e conduzir para a consciência coletiva.	Esse partido não pode ser composto somente de uma minoria social (seja essa minoria elite ou massa), mas deve abarcar a maioria, ou melhor, a vontade coletiva.	“A formação de uma vontade coletiva nacional-popular é impossível se as grandes massas dos camponeses cultivadores não irrompem simultaneamente na vida política” (GRAMSCI, 1968, p. 8).
Ser um organismo, ou seja, um “intelectual coletivo”.	Organismo é um elemento complexo da sociedade que está profundamente ligado ao conceito de espaço de discussão de ideias e propagação dos consensos obtidos pela discussão. O organismo é o agrupamento de pessoas “pensantes”.	Proporcionar esse espaço por intermédio do partido político, que é espaço democrático por excelência e popular em sua essência.	Contrapor-se ao regime político atual.
Promover uma profunda reforma intelectual e moral, incluindo questões religiosas.	“A ‘reforma intelectual e moral’ é o único veículo de elevação cultural de massa, o único expediente capaz de promover a elevação do ‘senso comum’ partilhado pelas classes subalternas ao nível teórico da ‘filosofia da práxis’” (NERES, 2012, p. 131).	“Implica na radical transformação da difusão da cultura, indicando que os desenvolvimentos teóricos mais altos da filosofia devem ser difundidos entre as massas populares, transformando-se assim em crítica prática da ordem social estabelecida” (NERES, 2012, p. 140).	-

O MODERNO PRÍNCIPE, DE GRAMSCI			
O que cabe ao Moderno Príncipe?	Por quê?	Como agir	Dificuldades
Construir hegemonia.	É preciso que haja a dominação ideológica do povo.	Deve-se agir simultaneamente à organização, consolidação e desenvolvimento de soberanias. Para alcançar a hegemonia é preciso promover a vontade coletiva.	Ter uma base que venha do proletariado e conquiste formação suficiente para conseguir instalar a vontade coletiva na população, por meio do partido político.

Fonte: Resumo elaborado pela autora com base nas obras de Gramsci e do comentarista de Gramsci Geraldo Magella Neres.

Sáímos de Gramsci e adentramos no “Príncipe Eletrônico” proposto pelo sociólogo e pensador brasileiro Octavio Ianni (1926-2004). Foi em 1998, que ele publicou pela primeira vez o texto *O Príncipe Eletrônico*, no XXI Encontro Anual da Associação Nacional de PósGraduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS). No ano seguinte, a obra foi republicada no volume 22 da *Revista Perspectivas*, da Universidade Estadual Paulista (UNESP). Por fim, um estudo mais aprofundado sobre o conceito aparece em 2003, no capítulo VI do livro *Enigmas da modernidade-mundo*. No ano seguinte, o autor faleceu, deixando essas obras como início de uma consistente reflexão social, com abertura para ser ainda amplamente estudada e aprofundada.

Para Ianni, “no fim do século XX há sérios indícios de que os ‘príncipes’ de Maquiavel e Gramsci, assim como outros teóricos da Política, envelheceram, exigem outras figurações ou simplesmente se tornaram anacrônicos” (IANNI, 2003, p. 143). Dessa forma, baseado no texto de Maquiavel e visitando a teoria de Gramsci, ele atualiza o conceito de Príncipe e o aplica à realidade do final do século XX. Como principais mudanças sociais, que evidenciam a necessidade dessa nova teoria, estão dois fenômenos: a globalização e a influência dos meios de comunicação eletrônicos. Essas duas questões são os pilares para esse novo Príncipe.

É possível afirmar que o “Príncipe Eletrônico” tem em sua essência a capacidade de criar uma realidade e fazer com que as multidões acreditem nela. Nessa realidade, criada por meio do espetáculo televisivo, é possível implantar medo, tendências, necessidades e possibilidades. Com isso, a figura pública, que emerge desse processo, pode ser vista como a única solução para os problemas das esferas sociais e políticas. Desse modo, a multidão de

peças é levada a acreditar no espetáculo e solidificar aquilo que era obscuro e invisível. O “Príncipe Eletrônico” tem por base a *virtú* e a *fortuna*, como “O Príncipe”, de Maquiavel, e o “Moderno Príncipe”, de Gramsci, têm por objetivo a construção da hegemonia.

**Tabela 3:** Quadro de resumo das competências do “Príncipe Eletrônico”, de Octavio Ianni

O “PRÍNCIPE ELETRÔNICO”, DE OCTAVIO IANNI			
<b>Quem é o “Príncipe Eletrônico”?</b>	<p>É um intelectual coletivo e orgânico, que se materializa nas mídias eletrônicas – principalmente na televisão. Esse intelectual é formado pelas ideias dos grandes grupos econômicos e políticos e conta com uma participação, em pequena escala, de opiniões de outros grupos e da própria sociedade. “É uma entidade nebulosa e ativa, presente e invisível, predominante e ubíqua, que permeia continuamente todos os níveis da sociedade, nos âmbitos local, nacional, regional e mundial” (IANNI, 1999, p. 11-29, p. 14).</p>		
<b>Características do “Príncipe Eletrônico”.</b>	<p>Está ali presente, mas, ao mesmo tempo, não é possível apontá-lo. É, ao mesmo tempo, presente e invisível. Se faz aparentemente visível, pelo rosto e pela voz dos seus interlocutores, que são os comunicadores da televisão e os programas exibidos por ela, mas o princípio é desconhecido do público. É ainda ativo e constante. Influencia as pessoas e suas relações. Não mais em escala nacional, o “Príncipe Eletrônico” vai além, ele ultrapassa as fronteiras, é mundial. É moldado por várias pessoas, por vários grupos, com diversos tipos de poder. E, assim, por ser formado pela diversidade, não é homogêneo. É baseado na amplitude da globalização e na expansividade dos meios de comunicação. É, ao mesmo tempo, democrático e tirânico. Tem por fim a construção da hegemonia.</p>		
<b>O que cabe ao “Príncipe Eletrônico”?</b>	<b>Por quê?</b>	<b>Como agir</b>	<b>Dificuldades</b>
Atuar na divulgação e legitimação das ideias.	“Trata-se de um meio de comunicação, informação e propaganda presente e ativo no cotidiano de uns e outros, indivíduos e coletividades, em todo o mundo” (IANNI, 1999, p. 11-29, p. 15).	Registrar, interpretar, e selecionar o que pode ser realidade e o que é imaginário.	-

O “PRÍNCIPE ELETRÔNICO”, DE OCTAVIO IANNI			
O que cabe ao “Príncipe Eletrônico”?	Por quê?	Como agir	Dificuldades
Ser espetáculo dentro do espetáculo.	A televisão empresta sua linguagem, formatos, programas de notícia e entretenimento, suas cores e seus personagens para a política e a economia.	“Modificam-se ou apagam-se territórios e fronteiras, atropelando problemas fundamentais e curiosidades, política e novela, democracia e tirania, de par em par, com realidade e virtualidade” <sup>6</sup> . (IANNI, 2003, p. 157).	“Grande parte das linguagens das instituições políticas “clássicas” da Modernidade dissolve-se, transforma-se ou simplesmente anula-se no âmbito das linguagens televisivas” (IANNI, 2003, p. 157).
Ser “o arquiteto do ágora eletrônico, no qual todos estão representados, refletidos, defletidos ou figurados, sem o risco da convivência nem da experiência” (IANNI, 1999, p. 11-29, p. 19, 24- 27).	É por meio dele que se faz possível transformar do dia para noite um “ilustre desconhecido em uma figura pública notável” (IANNI p. 11-29, p. 24).	-	-
Realiza a transformação do mercado em democracia. Deve influenciar, subordinar e transformar os partidos políticos e os poderes Legislativo e Executivo.	A cultura se re-produz em capital e atua na formação de mentes e corações em escala global.	Pode parecer um governo estritamente democrático, mas, na verdade, essa democracia é comandada invisivelmente por importantes operações financeiras, que atuam desde no financiamento de partidos políticos até na compra de relações e produtos de comunicação, na televisão.	O produto cultural, a informação, o conhecimento, a arte e a palavra deixam de ter significado puro e passam a ser regidos igualmente por esse poder financeiro.

Fonte: Resumo elaborado pela autora com base no texto *O Príncipe Eletrônico*, de Octavio Ianni.

### 1.2 As Bases do Príncipe Digital

Se, em Maquiavel, o “Príncipe” era o governante, o político capaz de articular suas qualidades para atuar e intervir na sociedade. Se, em Gramsci, o “Moderno Príncipe” era o partido político, tido como a célula básica em que se sintetizava a vontade coletiva. E, em Ianni, o “Príncipe Eletrônico” era o intelectual coletivo e orgânico, que se materializava nas mídias eletrônicas, principalmente na televisão,

sendo formado e influenciado pelas ideias dos grandes grupos econômicos e políticos e contando com uma pequena participação de grupos alternativos e da própria sociedade. Então, o Príncipe Digital seria uma nova entidade. Uma atualização do conceito proposto por Ianni.

Ele é composto pela Multidão de Anônimos, que se organiza no ambiente das Mídias

Digitais, por meio dos “Laços Fortes” e “Fracos”<sup>7</sup>, pelos Líderes de Opinião, que agem como influenciadores e organizadores de algumas partes dos processos sociais e pelas

Comunidades Virtuais, que conseguem organizar e potencializar a Mobilização Social. Esses são os três pilares básicos que sustentam o Príncipe Digital. Participam ainda desse processo os Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados.

Já quando falamos em características, o “Príncipe” tinha as seguintes: a *virtú* e a *fortuna*, a piedade, a fidelidade, a integridade, a religiosidade e a humanidade e a lentidão no crer e no agir. Não se alarmava por si mesmo e procedia de forma equilibrada, com prudência e humanidade, buscando evitar a excessiva confiança. O “Moderno Príncipe” era um organismo propagandista e o organizador de uma reforma intelectual e moral, o que significa que tinha condições de criar o terreno para um desenvolvimento ulterior da vontade coletiva nacional. Era o espaço de resposta aos anseios “reais” das estruturas sociais e dos pensamentos libertários. Já o “Príncipe Eletrônico” tinha os seguintes atributos: ser aparentemente visível, pelo rosto e pela voz dos seus interlocutores, que são os comunicadores da televisão. Influenciava as pessoas e suas relações em escala global. Era, ao mesmo tempo, democrático e tirânico.

O Príncipe Digital tem no seu cerne os conteúdos dinâmicos e difusos que, por meio das redes sociais, produzem a Mobilização Social. Em contraposição à hegemonia, uma pluralidade sincronizada, trabalhando com um discurso crítico e alternado com humor e entretenimento, contando com a participação popular, financiamento variável, transmídia e alternância de lideranças.

Esses pilares que definem os príncipes e as características que compõem cada um deles podem ser sintetizados na seguinte tabela:

**Tabela 4:** Comparativo entre os pilares e as características de cada um dos quatro príncipes

	O PRÍNCIPE	MODERNO PRÍNCIPE	PRÍNCIPE ELETRÔNICO	PRÍNCIPE DIGITAL
<b>Quais são os pilares dos diferentes príncipes?</b>	O governante. O político capaz de articular suas qualidades para atuar e intervir na sociedade.	O Partido Político, tido como a célula básica em que se sintetizava a vontade coletiva.	O intelectual coletivo e orgânico, que se materializa por meio das mídias eletrônicas, principalmente da televisão. É formado e influenciado pelas ideias dos grandes grupos econômicos e políticos. Conta com uma pequena participação de grupos alternativos e da própria sociedade.	Multidão de Anônimos, que se organiza no ambiente das Mídias Digitais. Líderes de Opinião, que agem como influenciadores e organizadores de algumas partes dos processos sociais. Comunidades Virtuais Organizadas, que potencializam a Mobilização Social e os Poderes Econômicos e Políticos Institucionalizados, representados pelos governos e grandes empresas.
<b>Características dos príncipes</b>	A <i>virtú</i> e a <i>fortuna</i> . A piedade, a fidelidade, a integridade, a religiosidade e a humanidade. A lentidão no crer e no agir. Não se alarmar por si mesmo e proceder de forma equilibrada, com prudência e humanidade, buscando evitar que a excessiva confiança o torne incauto e a demasiada desconfiança o faça intolerável.	Ser um organismo propagandista e o organizador de uma reforma intelectual e moral, o que significa criar o terreno para um desenvolvimento ulterior da vontade coletiva nacional popular no sentido de alcançar uma forma superior e total de civilização “moderna”. Ser espaço de resposta aos anseios “reais” das estruturas sociais e dos pensamentos libertários.	Ser aparentemente visível, pelo rosto e pela voz dos seus interlocutores, que são os comunicadores da televisão. Influenciar as pessoas e suas relações em escala global. Ser ao mesmo tempo, democrático e tirânico. Tem por fim a construção da hegemonia.	Conteúdos dinâmicos e difusos que, por meio das redes sociais, produzem, em contraposição à hegemonia, uma pluralidade sincronizada, trabalhando com um discurso crítico e alternativo com humor e entretenimento, contando com a participação popular, financiamento variável, transmídia e alternância de lideranças.

Fonte: Autora.

É a partir dos três pilares básicos – Multidão de Anônimos, Líderes de Opinião e Comunidades Virtuais Organizadas – que se dá a ligação com os conteúdos, que, agora, são dinâmicos e difusos. Esse processo ocorre via internet e redes sociais, que favorecem a Pluralidade Sincronizada e os demais elementos descritos como características do Príncipe Digital. Por isso, vamos tentar entender um pouco mais sobre o que são cada um desses pilares, tanto os primários quanto os secundários.

Começando pela Multidão de Anônimos que é o conjunto das singularidades reunidas no espaço digital. É formada pelos utilizadores, sejam eles produtores ou leitores, e pelos Líderes de Opinião. Essas pessoas que compõem a multidão possuem capacidades e experiências individuais e são elas que contribuem para o todo. Isso não significa que todos tenham participação igualitária no processo de comunicação, apenas que, dentro do seu modo de ser, possuem potencialidades para contribuir de alguma maneira.

Os Líderes de Opinião, são os comunicadores profissionais, mas também aqueles que assumem a condição de liderança, mesmo sem ter a comunicação por profissão. São os mediadores do diálogo e do debate. Fazem a ponte entre as informações e os utilizadores. Possuindo relações tanto de “Laços Fortes”, quanto de “Laços Fracos”. São ouvidos justamente por estarem conectados com os usuários, fazendo parte da rede. É pertinente lembrar que essa conexão ocorre espontaneamente. E, quando há uma conexão por espontaneidade, normalmente há afinidade prévia entre as pessoas ou ideias. É nesse ponto que entra o poder de mobilização deles. Despontaram nesse processo como Líderes de Opinião mais influentes os jornalistas profissionais e os “Laços Fortes” (familiares e amigos).

Os Líderes de Opinião estão para o Príncipe Digital como os componentes do partido estavam para o “Moderno Príncipe”, de Gramsci, e como os apresentadores, repórteres e editores estavam para o “Príncipe Eletrônico”, de Ianni.

Já as Comunidades Virtuais Organizadas, são compostas pelos Novos Movimentos Sociais e pelos Movimentos *hackers*. São grupos que lutam por causas comuns. Eles discutem na *web*, formam opiniões e agem. Essa ação pode acontecer tanto no âmbito do real quanto do virtual. Assim as comunidades virtuais, hoje, dão suporte a um diálogo nunca antes proporcionado por outras mídias. A opinião pública se forma na rede e está disponível para o acesso de todos. Com isso, muitas pessoas que, em outras circunstâncias, não participariam de discussões acabam por expressar seus posicionamentos, podendo até mesmo se tornar uma liderança no processo de formação da opinião pública.

Ao lado dessa democracia popular há a luta dos poderes políticos e econômicos. Eles não foram colocados em linha de igualdade com as categorias primárias para que fosse percebido que houve perda de espaço. Em outras épocas eles eram supremos, como no contexto do “Príncipe”, de Maquiavel, e do “Moderno Príncipe”, de Gramsci, mas agora, mesmo tentando a todo momento manter a supremacia, por diversas vezes eles são vistos correndo atrás das categorias primárias para tentar acompanhar as tendências e conseguir se manter nos espaços já conquistados. O governo e as empresas estão sempre observando os utilizadores para tentar tomar um posicionamento de acordo com a demanda deles. Claro que isso não tem a finalidade de agradar os utilizadores, mas sim dominá-los, como sempre ocorreu.

O ideal de liberdade proclamado pela *web* é afetado fortemente pela atuação das empresas e instituições governamentais, que, com vistas a se inserir e interferir nesse cenário, agem podando diversas possibilidades democráticas. Isso ocorre por meio de mecanismos criados por algoritmos de seleção e filtragem de conteúdos, manipulações de informações, campanhas dirigidas, entre outras estratégias. Em outras palavras, poderíamos falar em uma liberdade condicionada aos Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados, que balizam o comportamento dos indivíduos em diversos espaços, incluindo aqueles que aparentemente parecem ser públicos, como as redes sociais.

No “Moderno Príncipe”, de Gramsci, o financiamento era público, no “Príncipe Eletrônico”, o financiamento passou a ser exclusivamente privado e, no Príncipe Digital, temos a união das duas possibilidades. Congregam-se nele ambas as possibilidades de diversas maneiras e em distintos momentos. Na rede, além da venda de mercadorias, há venda de ideias e ideologias.

É por isso que refutamos os conceitos de “*Full Open Publish*”, que faz referência a um acesso livre e aberto para as publicações e visualizações de conteúdos, e de “*Peer-to-peer*” (P2P), que fala da comunicação de usuário para usuário e de “*Groundswell*”, que defende a ideia de que existe uma tendência social de que as pessoas passem a agir sozinhas na rede. Há sempre um terceiro, seja ele um líder, um suporte, uma plataforma, um aplicativo ou um *software*, um jornalista ou um interlocutor.

A categoria Mobilização Social se refere ao resultado do processo de organização das categorias principais pela internet. Também pode ser descrita como um ato de comunicação eficiente. Ela ocorre em cinco etapas: recepção do conteúdo, absorção e reflexão, mudança de opinião ou reforço de posicionamento, debate com um grupo e ação. Mas nem todas essas etapas precisam ser cumpridas, pode haver Mobilização Social com apenas quatro

delas. O mais significativo para o processo de mobilização é a recepção da informação, debate e ação. Essa ação pode ser interna ou externa, real ou virtual. Acreditamos que os indivíduos têm capacidade de compreender e processar as mensagens, claro que cada um dentro da sua formação e percepção de mundo.

Mas não há um processo de imposição total de ideias. Por não haver essa imposição e existir a capacidade de reflexão, é possível haver a mobilização. E, nesse ambiente, o que parecia estar adormecido se tornou parte do cotidiano. As manifestações públicas, com tomadas de ruas, voltaram à tona impulsionadas pelas redes digitais. É na instância virtual que as discussões ampliam o consenso e a vontade coletiva de agir. A internet convoca com muito mais facilidade os indivíduos. Podemos dizer que a Mobilização Social está como realização para o Príncipe Digital assim como a soberania era a realização no “Príncipe” e no “Moderno Príncipe”.

O conteúdo produzido, em meio a todo esse contexto, é classificado como dinâmico e difuso. Há uma produção contínua, instantânea, com um universo de possibilidades ao alcance de um clique. Nele, os produtores de conteúdo se fundem com os cidadãos comuns e, juntos, produzem e compartilham informações dos mais diversos cunhos. A produção de conteúdos e a demanda por assuntos, formas e tipos de apresentação surgem daqueles que eram, em tempos passados, meros telespectadores. Em alguns momentos há uma inversão de papéis: quem produzia e pautava as discussões agora passa a ser observador do entorno, e aqueles que eram apenas receptores agora pautam os produtores ou criam seus próprios conteúdos.

Essa possibilidade foi, em grande parte, responsável pela explosão dos movimentos populares atuais no Brasil e no mundo. Foi por existirem espaços para a comunicação de muitos usuários para outros muitos usuários que se construiu uma nova forma de produção da Opinião Pública. A capacidade de descentralização e de poder aos nós, para a tomada de decisões, faz a rede em tempos de internet ser diferente das redes de outrora. A rede abre para outras possibilidades, possibilidades ligadas ao poder de fala e de ação dos utilizadores. É aí que surge a pluralidade sincronizada. Ela faz referência ao processo de geração e construção da hegemonia. Por possuírem espaços em que podem expor seus pensamentos, produzir conteúdos e disputar o poder (Multidão de Anônimos, Líderes de Opinião, Comunidades Virtuais Organizadas e Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados), cada uma das quatro frentes atua de determinada maneira e possui influência de um determinado modo. Isso porque a finalidade de cada uma delas é diferente. Essa finalidade estaria relacionada ao que, nos outros príncipes (de

Maquiavel, Gramsci e Ianni) se entendia por produção de hegemonia. Ao fim, os diversos príncipes tinham por objetivo essa produção da hegemonia. Já o Príncipe Digital, por ser balizado pelos múltiplos interesses, não tendo por finalidade gerar uma hegemonia global.

A Pluralidade Sincronizada seria o retrato e o reflexo desse novo momento no qual não se fala mais de grupos específicos e sim de públicos globais. Nesse contexto, existem diversos atores que interferem e conseguem exercer o poder em determinados momentos. Caminhamos cada vez mais em direção dessa Pluralidade Sincronizada, na qual o poder emana de diversas fontes, algumas com objetivo e condições de gerar hegemonia e outras que nem ao menos estão em busca dela. Enquanto que no “Príncipe”, de Maquiavel, o governante era responsável pela hegemonia. No “Moderno Príncipe”, de Gramsci, o Partido Político. No “Príncipe Eletrônico”, de Ianni, ela se materializava pelos meios de comunicação social (principalmente a televisão). Agora, no Príncipe Digital, ela se desloca para a pluralidade sincronizada exercida ora pela Multidão de Anônimos, ora por Líderes de Opinião, Comunidades Virtuais Organizadas ou pelos Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados.

A Pluralidade Sincronizada consegue ser posta em prática também por causa da alternância de lideranças. Desde o modelo teórico do “Moderno Príncipe” já se falava nessa troca de líderes. Gramsci afirmava que era preciso formar um grupo que seria a base do partido e que ora alguns seriam os líderes, ora podiam surgir novos representantes. A base já não estava na pessoa, mas na ideologia. Agora, no Príncipe Digital, esse modelo ganha uma abrangência muito maior. Pois aqui os Líderes de Opinião não mudam de tempos em tempos, eles mudam a todo momento. Existem duas frentes que influenciam esse processo, a primeira é a desilusão com o modelo de liderança única, essa desilusão foi causada pelos problemas enfrentados ao longo da história. A segunda, é o anseio da população por uma arquitetura organizacional sem lideranças, na qual os utilizadores não precisariam mais depositar suas crenças e esperanças em uma única figura.

No âmbito da comunicação e do jornalismo, foi possível encontrar algumas pistas para ação no modelo teórico do Príncipe Digital. O que despontou como o tipo de conteúdo convocador foi o discurso crítico e os elementos de humor e entretenimento. Mas há outros aspectos que podemos observar. Percebemos que não é possível apenas apelar para uma cópia dos produtos que fazem sucesso na internet. Há uma separação. Uma coisa são os conteúdos produzidos por membros da Multidão de Anônimos, outra são os produtos jornalísticos empresariais. O conteúdo dos utilizadores pode ser visto a todo momento via redes sociais ou até em espaços como blogs e o YouTube. Mas,

na hora da busca pela averiguação da informação, os utilizadores costumam buscar outro espaço, o do jornalismo.

O jornalismo continua sendo o locus das informações realmente confiáveis. Os Líderes de Opinião com maior incidência são jornalistas. Por isso, o grande desafio está em pensar alternativas que façam com que seja possível ter um produto eficaz no espectro das possibilidades da produção multimídia da rede. Um aspecto importante nesse quesito é a operação transmídia. E mais: é preciso pensar em como “espalhar” o conteúdo. As redes sociais, se utilizadas com todas as suas potencialidades, poderiam dar um aporte nesse sentido. O que se vive não é apenas uma crise do jornalismo, mas sim de todo o modelo de organização social. Isso envolve o sistema capitalista, democrático e estruturado nas atuais bases de poder existentes nas sociedades ocidentais. O grande desafio está em como se reinventar.

### Considerações Finais

Longe da perspectiva ingênua de que a comunicação em rede libertou totalmente os cidadãos, é preciso perceber que as Mídias Digitais apenas abriram espaço para um novo tipo de organização social. Se no “Príncipe Eletrônico”, de Ianni, as pessoas estavam condicionadas ao poder dos meios de comunicação de massa, nessa nova organização elas estão postas às condições de poder da pluralidade sincronizada. É possível afirmar que os cidadãos não são proprietários autônomos de suas escolhas. Eles sofrem influências e até manipulações de diversas fontes, embora, hoje, alguns já tenham a capacidade de percepção acerca da necessidade de que exista uma real democracia.

Nessa linha, o esforço aqui foi por fornecer uma análise desse cenário. Ao fim deste trabalho posso dizer que atuam na conjuntura social as quatro fontes de poder: a Multidão de Anônimos, os Líderes de Opinião, as Comunidades Virtuais Organizadas e os Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados. As três primeiras estão em igualdade de condições no processo da Mobilização Social. Já a última, que outrora fora suprema, como nas épocas do “Príncipe”, de Maquiavel, e do “Moderno Príncipe”, de Gramsci, agora compete com os demais para tentar acompanhar as tendências e conseguir manter os espaços já conquistados. Os Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados continuam existindo, mas, em vez de serem soberanos, caminham guiados pelos passos deixados pelas demais categorias. Essas quatro fontes de poder se conectam primordialmente via Mídias Digitais.

A internet se tornou o grande espaço público da atualidade. Nela, há possibilidades para se informar, conhecer temáticas, realizar debates, agrupar-se e possivelmente agir em prol de alguma causa. As ações podem ocorrer de forma virtual ou real, como no caso das manifestações populares, nas quais os debates extrapolaram as barreiras do digital permeando e preenchendo o campo da vida real.

O que motiva a população a esse processo é “o comum”. A causa comum é o que dá início aos agrupamentos e, posteriormente, à Mobilização Social. Não é mais preciso haver a figura de um grande líder. O tema e o propósito estão acima da imagem dessa liderança. Isso não quer dizer que inexistem líderes ou que não há mais necessidade de conduzir os processos com alguém que guie a multidão. Entendemos que as configurações atuais abrem espaço para a alternância de lideranças. Dessa forma, o mais importante é a causa. Os líderes se revezam de acordo com as exigências de cada momento.

As categorias secundárias são as estruturas e respostas desse processo. Como estruturas, temos, além da alternância de lideranças, a pluralidade sincronizada, a participação popular e o financiamento variável. Como respostas, o discurso crítico, os conteúdos de humor e entretenimento e o processo transmídia.

Por fim, podemos dizer que o Príncipe Digital é uma figura libertária e opressora, condutora e dissipadora, hegemônica e plural, que alterna poderes, cargos, pautas e mídias. O Príncipe Digital é a imagem da sociedade interconectada pelas redes, que ora ganha poder e ora é oprimida. É o cenário das lutas, o confronto das ideias, o consenso e a organização para a ação. É representado pela desmobilização, pela nova mobilização e pelo reestruturar constante.

**Tabela 5:** Quadro de resumo do Príncipe Digital

O PRÍNCIPE DE DIGITAL	
<p><b>O que é o Príncipe Digital?</b></p>	<p>Ele se desintegra em suas múltiplas categorias: Multidão de Anônimos, Comunidades Virtuais Organizadas, Líderes de Opinião e Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados.</p> <p>Ele é uma figura libertária e opressora, condutora e dissipadora, hegemônica e plural, que alterna poderes, cargos, pautas e mídias. O Príncipe Digital é a imagem da sociedade interconectada pelas redes, que ora ganha poder e ora é oprimida. É o cenário das lutas, o confronto das ideias, o consenso e a organização para a ação. É representado pela desmobilização, pela nova mobilização e pelo reestruturar constante.</p>

O PRÍNCIPE DE DIGITAL			
<b>Características do Príncipe Digital</b>	<p>O Príncipe Digital é caracterizado e representado pelas seguintes categorias: <b>Categorias principais:</b> Multidão de Anônimos, Líderes de Opinião e Comunidades Virtuais Organizadas. <b>Categorias intermediárias:</b> Mobilização Social, Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados, Conteúdo Dinâmico e Difuso, Redes sociais e Internet. <b>Categorias secundárias:</b> Pluralidade sincronizada, discurso crítico, participação popular, elementos de humor e entretenimento, financiamento variável, transmídia e alternância de lideranças.</p>		
O que cabe ao Príncipe Digital?	Por quê?	Como agir	Dificuldades
Levantar questionamentos sobre as atuais organizações da sociedade.	Por meio das Mídias Digitais há espaço para um novo tipo de organização social.	Tentando romper com as atuais estruturas, porém, tendo a clareza de que os cidadãos estão postos às condições de poder da pluralidade sincronizada.	Os cidadãos não são proprietários autônomos de suas escolhas. Eles sofrem influência e até manipulação de diversas fontes.
Atuar na conjuntura social por meio das quatro fontes de poder: a Multidão de Anônimos, os Líderes de Opinião, as Comunidades Virtuais Organizadas e os Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados.	Porque esses são os quatro poderes na era da comunicação em rede.	Primordialmente via Mídias Digitais. A internet se tornou o grande espaço público da atualidade. Nela, há possibilidades para se informar, conhecer temáticas, realizar debates, agrupar-se e possivelmente agir em prol de alguma causa. As ações podem ocorrer de forma virtual ou real, como no caso das manifestações populares, nas quais os debates extrapolaram as barreiras do digital, permeando e preenchendo o campo da vida real.	Nem todos possuem acesso facilitado e igualitário às Mídias Digitais. Muitos ainda possuem significativas dificuldades de compreensão de conteúdos e exercício de escolhas próprias.
Ter uma causa em comum.	Não é mais preciso a figura de um grande líder. O tema e o propósito estão acima da imagem dessa liderança.	A causa comum é o que dá início aos agrupamentos e, posteriormente, à Mobilização Social	Existência de um processo efetivo de alternância de lideranças.

O PRÍNCIPE DE DIGITAL			
O que cabe ao Príncipe Digital?	Por quê?	Como agir	Dificuldades
Tentar ultrapassar as barreiras criadas pelos Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados.	Continuam ocorrendo fortes processos de manipulação por meio de mecanismos criados por algoritmos de seleção e filtragem de conteúdos, manipulações de informações, campanhas dirigidas, entre outras estratégias. Vive-se uma liberdade condicionada aos Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados que balizam o comportamento dos indivíduos em diversos espaços, incluindo aqueles que aparentemente parecem ser públicos, como as redes sociais.	Potencializar as organizações de contrapoder.	O ideal de liberdade proclamado pela <i>web</i> é afetado fortemente pela atuação das empresas e instituições governamentais que, com vistas a se inserir e interferir nesse cenário, agem podando diversas possibilidades democráticas.
A Mobilização Social.	Ela está como realização para o Príncipe Digital assim como a soberania era a realização no “Príncipe” e no “Moderno Príncipe”.	É na instância virtual que as discussões ampliam o consenso e a vontade coletiva de agir.	A internet convoca com muito mais facilidade os indivíduos, porém, nem todos têm acesso a essas convocações e quando têm podem ter dificuldades de entendimento e posicionamento.
Romper com o sistema capitalista e teoricamente democrático que se tem.	Pudemos observar este descontentamento e a busca por esse objetivo com a existência e as causas das manifestações populares.	A percepção da existência de um descontentamento já é um bom ponto de partida. Embora, muitas vezes, não haja uma ação de fato.	A maioria dos utilizadores não vai além do ativismo de sofá. Protestam nas redes sociais, aderem a causas nos computadores, mas efetivamente as lutas e conquistas são poucas.

O PRÍNCIPE DE DIGITAL			
O que cabe ao Príncipe Digital?	Por quê?	Como agir	Dificuldades
Criar a pluralidade sincronizada.	Por ser balizado pelos múltiplos interesses, o Príncipe Digital não tem por finalidade gerar hegemonia, mas sim esse processo plural.	O poder emana de diversas fontes, algumas com objetivo e condições de gerar hegemonia e outras que nem ao menos estão em busca dela.	Ultrapassar os Poderes Políticos e Econômicos Institucionalizados que tentam a todo momento serem hegemônicos.

Fonte: Autora.

Esta obra mostra uma pesquisa que, entre tantas outras existentes, tenta também descrever as atuais estruturas sociais. Não existe a intenção de esgotar todas as possibilidades referentes à organização da sociedade, muito menos apontar um caminho definitivo para o jornalismo. O modelo teórico do Príncipe Digital é a proposta de um ponto de partida para análises ainda mais profundas que possam vir a ser realizadas em outras pesquisas na área da comunicação ou áreas afins.

## Referências

BOLAÑO, César Ricardo; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital:**

exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007.

BOYD, D.; ELLISON, N. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13(1). Artigo 11, 2007.

Disponível em: . Acesso em: 20 dez. 2015.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet:** reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Tradução: Maria Luiza de Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2013, p. 103.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e de Esperança:** Movimentos Sociais na era da Internet. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Editora: Zahar, 2014.

CONGER, J. A.; KANUNGO, R. Charismatic leadership in organizations. London: Sage, 1998. CONGER, J. A.; KANUNGO, R. Toward a behavioural theory of charismatic leadership in organizational settings. **The Academy of Management Review**, 12, 637-647, 1987.

CORREIA, João Carlos. **Ideologia e Hegemonia**. Disponível em: . Acesso em: 24 ago. 2015.

FELINTO, E. Em Busca do Tempo Perdido. O Sequestro da História na Cibercultura e os Desafios da Teoria da Mídia. In. search of lost time. The hijacking of history in cyberculture and the challenges of media theory. **MATRIZES**, São Paulo, 4, mai. 2011. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/ojs/index.php/matrizes/article/view/138>. Acesso em: 15 nov. 2013.

GERLACH, Luther P. Protest movement and the construction of risk. In JOHNSON, Branden B; COVELLO, Vicent T (Ed.) **The social and cultural construction of risk: essays on risk selection and perception**. Boston: D. Reidel, p. 103-145, p. 115, 1987.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

GLASER, Barney. Doing Quantitative Grounded Theory. **Sociology Press: Mill Valley**, 2008.

GRAMSCI, Antônio. **Cadernos do Cárcere**, vol. 3. Tradução: Luiz Sérgio Henrique. Coedição: Carlos Nelson Coutinho e Marco Aurélio Nogueira. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014a.

GRAMSCI, Antônio. **Cadernos do Cárcere**, vol. 5. Tradução: Luiz Sérgio Henrique. Coedição: Carlos Nelson Coutinho e Marco Aurélio Nogueira. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014b.

GRAMSCI, Antônio. **Cartas do Cárcere**. Tradução: Carlos Diegues. Editora Estaleiro, 2011. GRAMSCI, Antonio. **Escritos Políticos**, vol. 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

GRAMSCI, Antonio. **Maquiavel, a política e o Estado moderno**. Tradução: Luiz Mário Gazzeano. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

GRAMSCI, Antonio. **Quaderni del cárcere**. Edizione critica dell'Istituto Gramsci. A cura di Valentino Gerratana, 4 v. Torino: Einaudi Tascabili, 2001.

GRUPPI, L. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. Rio de Janeiro: Graal, 1978.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e Democracia**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

HALL, Stuart. Cultural Studies: two paradigms. Media, **Culture and Society**, vol. 2, p. 57- 72, 1980.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Tradução de Adelaide La

Guardia Resende et al. Belo Horizonte, MG: UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

HARDT, Michel; NEGRI, Antônio. **Multidão: Guerra e democracia na era do império**. Tradução: Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2014.

IANNI, Octavio. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

IANNI, Octavio. **O Príncipe Eletrônico**. Perspectivas. São Paulo, n. 22, 1999, p. 11-29.

JENKIS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKIS, Henry. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio a mídia propagável. Tradução: Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

ASSIBERCOM Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

LAZARFELD, Paul; BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel. **El pueblo elige**: Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial (Título original: The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign). Ediciones 3, Buenos Aires, 1962

LE MOS, Ronaldo; DI FELICE, Massimo. **A vida em rede**. Campinas: Papirus 7 Mares, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

MALINI, Fábio; AUTOUN, Henrique. **A Internet e a Rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MAQUIAVEL. **O Príncipe**. Edição: Domínio Público.

NEGRI, Antônio. Para uma definição ontológica da Multidão. **Revista Lugar Comum**. No19-20, p. 15-26. 2004.

NEGRI, Antônio. Prefácio. In: CAVA, Bruno; COCCO, Giuseppe. **Amanhã vai ser maior: o levante da multidão no ano que não terminou**. Annablume: São Paulo, 2014a.

NEGRI, Antônio; HARDT, Michael. **Declaração**: Isto não é um manifesto. Tradução: Carlos Szlak. São Paulo: N-1 edições, 2014b.

NEGRI, Antônio. **Multidão**: Guerra e democracia na era do Império. Tradução: Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2014c.

NERES, Geraldo Magella. **Gramsci e o Moderno Príncipe**: A teoria do partido nos cadernos do cárcere. Tese (doutorado – Ciências Sociais) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Filosofia e Ciências, 2012.

TORO, José Bernardo; WERNECK, Nisia Maria Duarte. **Mobilização Social**: Um modo de construir a democracia e a participação. Brasil: Editora Autêntica, 1996. Disponível em: <[http://www.plataformademocratica.org/Publicacoes/Publicacao\\_7104\\_em\\_23\\_05\\_2009\\_18\\_09\\_14.pdf](http://www.plataformademocratica.org/Publicacoes/Publicacao_7104_em_23_05_2009_18_09_14.pdf)>.

---

## Nota

- 1 Maquiavel descreve o príncipe como o *condottiere*, aquela figura que deveria ser a liderança e conduzir a sociedade. “O príncipe é uma pessoa, uma figura política, o líder ou *condottiere*, capaz de articular inteligentemente suas qualidades de atuação e liderança (*virtú*) e as condições sociopolíticas (*fortuna*) nas quais deve atuar”. (IANNI, 2003, p. 14.). Além disso, essa capacidade de liderança (*virtú*) deveria se articular com a *fortuna* para produzir hegemonia e soberania, pois são categorias básicas para o exercício da política e do pleno exercício do poder. “É inegável que Maquiavel e Gramsci trabalham principalmente as categorias *hegemonia* e *soberania*. Em linguagens diversas, estas categorias reafirmam-se como essenciais da política. [...]” (Idem, *ibidem*, p. 151).
- 2 “Agora é o príncipe eletrônico que detém a faculdade de trabalhar a virtú e a fortuna, a hegemonia e a soberania”. (*Ibidem*, p. 169).
- 3 Utilizamos o termo meios de comunicação de massa para fazer referência à comunicação realizada pela televisão, rádio, jornais e revistas (esses dois últimos sendo de grande circulação). Esses meios, em sua maioria, são de propriedade de grandes grupos empresariais ou de famílias que detêm a concessão de operação, no caso de veículos de radiodifusão. São meios privados que trabalham com o formato: emitir informações, produzidas por sua equipe, para os receptores (pessoas comuns da sociedade). Em outras palavras, uma emissão de um para muitos.
- 4 Na Fase 1 foi aplicado um questionário, com perguntas abertas e fechadas, distribuído via internet. Por se tratar de uma temática que tem abrangência nacional, os questionários foram distribuídos por todo país seguindo a porcentagem populacional de acordo com Censo do IBGE: 42,1% na região Sudeste, 27,8% na região Nordeste, 14,4% na região Sul, 8,3% na região Norte e 7,4% na região Centro-Oeste. Para identificar a amostragem necessária foi utilizada a fórmula de cálculo presente na teoria dos grandes números, mantendo a margem de erro de 4% e o nível de confiança de 95%. No total foram 601 questionários válidos. Os questionários continham diferentes tipos de perguntas e variáveis, visando captar mais informações de acordo com cada perfil de entrevistado. Dentro desses perfis, houve uma variação de 5 a 20 perguntas.
- 5 O grupo foi escolhido a partir dos entrevistados que responderam questionários na primeira fase. Foram 180 pessoas de diferentes estados e regiões brasileiras sorteados aleatoriamente pelos endereços de e-mail. O foco dessa nova intervenção foi a possível participação dos usuários nas manifestações previstas, tipo de convocação, canais pelos quais os entrevistados receberam os convites e confirmações referentes à lideranças.
- 6 *Idem*, 2003, p. 157.
- 7 “Laços Fortes”: são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os “Laços Fracos”, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade. RECUERO, Raquel. **Um estudo do Capital Social gerado a partir de Redes sociais no Orkut e nos Weblogs**. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/composraquelrecuero.pdf>>. Acesso em: 10 mai. 2015c, p. 2.