



Comunicação Midiática

Revista Comunicação Midiática
ISSN: 2236-8000
v. 13, n. 3, p. 24-38, set./dez. 2018

Comunicação digital, ação coletiva e engajamento político: impactos e tendências para as organizações civis do século XXI

Comunicación digital, acción colectiva y compromiso político: impactos y tendencias para las organizaciones civiles del siglo XXI

Digital communication, collective action and political engagement: impacts and trends for civil organizations in the 21st century

Sivaldo Pereira da Silva

Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) com estágio doutoral da University of Washington.

sivaldop@unb.br

RESUMO

Este artigo aborda como a comunicação digital tem repercutido na dinâmica das ações coletivas e no *modus operandi* das organizações civis. Em um cenário de tendência à ubiquidade comunicativa e à configuração de novas arenas, *expertises* e recursos para o confronto político, aponta-se para mudanças relevantes na forma de engajamento político e, conseqüentemente, nos padrões do associativismo contemporâneo. Este estudo foi baseado em análises teóricas, conceituais e históricas, incluindo a observação empírica de fatos sociais considerados emblemáticos, e é acompanhado de revisão de literatura sobre o tema. Conclui-se que as organizações civis têm se tornado mais expansivas quanto às diferentes formas de participação que acolhem, têm perdido a centralidade histórica como *hub* para a ação coletiva de indivíduos e estão se redesenhando para sobreviver a um contexto de novos recursos, caracterizado por complexas estruturas de intermediação.

Palavras-chave: Opinião pública; Organizações civis; Ação coletiva; Internet.

RESUMEN

Este artículo aborda cómo la comunicación digital ha repercutido en la dinámica de las acciones colectivas y en el *modus operandi* de las organizaciones civiles. En un escenario de tendencia a la ubicuidad comunicativa y configuración de nuevas arenas, de experiencias y recursos para la confrontación política, se apunta a cambios relevantes en la forma de compromiso político y, consecuentemente, en los patrones del asociativismo contemporáneo. Este estudio se basa en análisis teóricos, conceptuales, históricos, incluyendo la observación empírica de hechos sociales considerados emblemáticos, acompañado de la revisión de literatura sobre el tema. Se concluye que las organizaciones civiles se han vuelto más expansivas en cuanto a las diferentes formas de participación que acogen, han perdido la centralidad histórica como el centro para la acción colectiva de individuos y se están rediseñando para sobrevivir a un contexto de nuevos recursos, caracterizado por complejas estructuras de intermediación.

Palabras clave: Opinión Pública; Organizaciones Civiles; Acción Colectiva; Internet.

ABSTRACT

This article discusses how digital communication has impacted the dynamics of collective actions and the *modus operandi* of civil organizations. In a context of tendency towards communicative ubiquity and the configuration of new arenas, expertise and resources for political confrontation, important changes are occurring in the form of political engagement and, consequently, in the patterns of contemporary collective cooperation. This study was based on theoretical, conceptual, historical analyses, including the empirical observation of social facts considered emblematic and a literature review in this area. It concludes that civil organizations have become more expansive in their different forms of participation, have lost their historical centrality as a hub for collective action by individuals and are redesigning themselves to survive within a context of new resources, characterized by complex intermediation structures.

Keywords: Public Opinion; Civil Organizations; Collective Action; Internet.

Introdução

A ação coletiva de indivíduos, visando efeitos no sistema político, requer algum nível de organização (formal ou informal) e alguma atividade comunicativa que conecte as partes envolvidas. As inovações das tecnologias de comunicação nos últimos anos, representadas pelo surgimento da internet, propiciaram um fértil terreno para esse horizonte. Hoje, é razoável afirmar que um grande leque de canais, recursos e modos de envolvimento se tornaram disponíveis no bojo desses artefatos tecnológicos que, por sua vez, estão cada dia mais cotidianos. Ao mesmo tempo, o uso intensivo de sistemas digitais também representa um novo campo de embate que demanda novas habilidades.

Um dos principais elementos nesse cenário é a popularização das mídias sociais: plataformas que conectam indivíduos em redes sociais on-line, empoderando-os a receber, publicar e compartilhar informações e conversações em micro e larga escala. Trata-se de uma estrutura que acrescenta uma efervescente camada na produção da opinião pública contemporânea. A construção das imagens mentais, antes atravessadas preponderantemente pelos *mass media*, como apontava Lippmann (2008), recebe novos *inputs* com o uso generalizado dessas plataformas.

Embora a existência das redes sociais como objeto sociológico não seja algo novo e já existia antes do *boom* das tecnologias digitais¹, o surgimento das redes sociais on-line como evento técnico e cultural é razoavelmente inovador porque digitaliza as conexões entre indivíduos e instituições, acelera fluxos de informação, aumenta as rotas de convergência/colisão de ideias e “algoritmiza” parte do debate público.

Nesse contexto, uma questão fundamental move os objetivos deste artigo: quais implicações o uso generalizado de mídias digitais traz para a dinâmica das organizações civis contemporâneas? A proposta é sistematizar o debate conceitual e teórico sobre esse tema e configurar uma compreensão mais detalhada desse fenômeno.

Para tentar responder a essa indagação, o artigo está dividido em duas seções subsequentes. Primeiro identificam-se as principais implicações das mídias digitais para a dinâmica das ações coletivas, compreendendo a ação coletiva como uma dimensão-chave que está no horizonte de boa parte das organizações civis. Na segunda seção serão analisadas as principais consequências que essas mudanças representam para o *modus operandi* das organizações civis contemporâneas.

Mídias digitais e a dinâmica das ações coletivas

Historicamente, um conjunto de teorias buscou explicar as movimentações coletivas de indivíduos enquanto fato social, a partir de matrizes teóricas distintas e com visões nem sempre congruentes. No século XIX, o funcionalismo e a psicologia social² definiam tal fenômeno como uma expressão caótica de insatisfações individuais não canalizadas pelas instituições formais ou um desvio que colocava o indivíduo sob influência patológica do comportamento irracional das multidões ou, ainda, um distúrbio coletivo na ordem social vigente. Para o marxismo, tratava-se de uma reação necessária e racional às privações materiais resultantes da exploração da força de trabalho, uma consequência da luta de classes. A partir da segunda metade do século XX outras teorias tentaram demonstrar novos enfoques. A Teoria da Mobilização de Recursos via as ações coletivas sob a ótica racionalista, enfatizando a organização e os meios disponíveis para sua performance. Para a Teoria do Processo Político, tratava-se de uma interação contenciosa que envolvia demandas mútuas entre desafiantes e

detentores do poder. E a Teoria dos Novos Movimentos Sociais se concentrou em ver as mobilizações coletivas sob a ótica das contestações pós-materialistas, com motivações de ordem simbólica e voltadas para a construção ou o reconhecimento de identidades (Alonso, 2009; Gonh, 2010). Principalmente nas concepções mais contemporâneas, houve uma gradativa distinção entre a ideia de “comportamento coletivo”, de um lado (que seguiu sob influência preponderante da psicologia social), e a ideia de “ação coletiva”, do outro (influenciada principalmente pela teoria política e pela sociologia). Alberto Melucci (1996, p. 20) aponta justamente esta distinção e, ao mesmo tempo, propõe uma definição para esta última terminologia:

Even the choice between collective “behavior” or collective “action” implies a different theoretical frame which needs to be explicitly addressed. Consequently, as a starting point, I will define collective action as a set of social practices (i) involving simultaneously a number of individuals or groups, (ii) exhibiting similar morphological characteristics in contiguity of time and space, (iii) implying a social field of relationships and (iv) the capacity of the people involved of making sense of what they are doing.

Principalmente a partir do século XX, falar em ação coletiva significou reconhecer a importância do associativismo político³ como mola propulsora desse fenômeno (McAdam; McCarthy; Zald, 1996; Olson, 1965; Tarrow, 2009; Walker Junior, 1991).

No âmbito mais específico das organizações civis, a comunicação passou a ser vista como um recurso instrumental e foi geralmente tratada sob dois enfoques principais: 1) como instrumento para arregimentar novos militantes, capazes de multiplicar e operacionalizar as ações coletivas (algo materializado na produção de boletins, panfletos, jornais e demais produtos próprios de mídia); e 2) como instrumento para alcançar a visibilidade pública (uma importante chave para obtenção do apoio da opinião pública). Não por acaso, paralelamente às negociações e ao *lobby* no plano mais fechado da ação política, recursos de forte apelo midiático – como manifestações, passeatas, campanhas – se tornam fundamentais e estratégicos para demonstração de força dessas organizações na condução de ações coletivas.

O surgimento da internet para o uso civil a partir dos anos dem1990 lançou novos elementos nesse cenário. Os protestos antiglobalização (como as manifestações em Seattle, em 1999, e em Gênova, em 2001) já demonstravam que o papel da comunicação digital poderia ir além de uma função instrumental, colocando-se desde então como elemento estruturante de grandes mobilizações.

Isso se intensifica com a emergência de redes sociais on-line, principalmente a partir da segunda década deste século. A ocorrência de grandes protestos em diversas partes do globo, como a Primavera Árabe no Oriente Médio e Norte da África (2010), o Occupy Wall Street nos Estados Unidos (2011), o Movimento 15-M na Espanha (2011), os protestos na Turquia (2013) e as Jornadas de Junho no Brasil em (2013) são exemplos de grandes mobilizações recentes marcadas por um uso intenso de redes sociais on-line em todas as suas fases. São eventos que possuem padrões distintos do modelo de protestos que prevaleceu durante todo o século XX: convocação via redes sociais; estopim concreto, mas bandeiras difusas; diferentes níveis de engajamento; e perda da centralidade das organizações em liderar e manter tais mobilizações.

Se ainda é cedo para apostar em uma forma de mobilização política totalmente nova, é possível afirmar com segurança que há inovações concretas em curso. O uso expansivo dessas tecnologias de comunicação tem gerado mudanças significativas na dinâmica da ação coletiva que podem ser sintetizadas em quatro fenômenos mais centrais: 1) individuação do engajamento; 2) catalisação de vontades dispersas; 3) plataformização da opinião pública; e 4) potencialização política de narrativas.

Como explica Castells (2013), a individuação é a tendência cultural que enfatiza os projetos do sujeito como supremo princípio orientador de seu comportamento. Algo que difere de individualismo, já que, no primeiro caso, o projeto pode ser adaptado à ação coletiva e a ideais comuns (como preservar o meio ambiente, visto como um bem coletivo; melhoria do sistema público de transporte e mobilidade urbana etc.). Já o individualismo faz do bem-estar do indivíduo o principal objetivo de seu projeto, o que pode nem sempre ter vínculo claro com o bem de uma coletividade. Numa perspectiva similar, tratando do que chama de “política personalizada”, Bennett (2012, p. 22-28) acredita que:

The pervasive use of social technology enables individuals to become important catalysts of collective action processes as they activate their own social networks. [...] In short, communication technologies may put individuals at the center of their own networks, but the reach of those networks often enables the coproduction and distribution of multimedia content with a surprisingly large number of others.

Estudo realizado por Fisher e Boekkooi (2010), que analisou o papel do ambiente digital no engajamento de participantes em diferentes protestos, detectou que o uso da internet contribui para mobilizar um percentual expressivo de indivíduos isolados que não estão pessoalmente conectados ao círculo mais amplo de pessoas envolvidas em movimentos sociais ou organização civil.

A estrutura das redes sociais on-line personalizou a produção da opinião pública, consolidando-se como um termômetro reativo e instantâneo, baseado na soma de impressões individuais. Todos que utilizam redes sociais on-line passam a ser mais demandados a expressarem sua opinião, muitas vezes de modo reativo àquilo que aparece em sua *timeline*.

Uma segunda inovação que o ambiente digital traz para a dinâmica da ação coletiva é o uso de recursos comunicativos capazes de reunir, aglutinar, catalisar vontades latentes ou dispersas. Identificado em outras áreas com diferentes nomes por autores variados (Anderson, 2006; Gao, 2016; Jenkins, 2009; Postmes; Brunsting, 2002), trata-se na verdade de um mesmo fenômeno-base: partes teoricamente convergentes, mas antes isoladas, passaram a se conectar por meio da comunicação digital, ganhando assim musculatura, força, volume ou inteligência. Isso afeta diretamente aquilo que Olson (1965) chamou de “grupos latentes”, que antes permaneciam em silêncio devido ao alto custo de conexão e aglutinação entre seus potenciais participantes (Hallam, 2015).

Para Henry Jenkins (2009), as redes sociais on-line possibilitam uma cultura da convergência que caracterizaria a produção e disseminação de conteúdo nos dias atuais. Para o autor, para além da tecnológica de aparelhos multimídia, há uma importante convergência de ideias e interesses que ocorre por meio dessas tecnologias. Na política, esse efeito se traduz em uma maior articulação de vontades, antes fragmentadas, que passam a se mobilizar de forma ágil e eficiente, fazendo maior coro do ponto de vista quantitativo – por exemplo, por

crowdfunding – e, em muitos casos, qualitativo – por exemplo, por *crowdsourcing* ou mobilizações que se utilizam inteligência coletiva para potencializar mobilizações políticas (Gao, 2016).

A terceira mudança na dinâmica da ação coletiva diz respeito à plataformação da opinião pública. O espaço simbólico mediatizado – pelo qual se realizam parte dos debates públicos e parte daquilo que Habermas (1984) chamou de esfera pública – está sendo gradativamente digitalizado e isso tem influenciado os processos de formação da opinião e as preferências do público (Van Dijck, 2012). Mídias digitais sustentam hoje uma crescente centralidade nos processos de circulação de informação (verdadeiras e falsas) e exercem cada vez mais a função de curadoria do discurso público (Gillespie, 2010), influenciando direta e indiretamente a construção de visões de mundo. Trata-se de plataformas algorítmicas que tendem a abarcar uma fatia significativa do debate público e de outras experiências cotidianas.

A existência de plataformas integradas e com *design* eficiente para sociabilidade não se apresenta, ao primeiro olhar, como um problema *per se*. Porém, se observarmos a crescente expansão e enraizamento que as mídias digitais estão alcançando na vida pública contemporânea, três questões interligadas têm chamado atenção: 1) há uma forte tendência de concentração dessas plataformas em poucas empresas privadas de alcance global (como Google, Facebook, Microsoft etc.) com fins prioritariamente comerciais; 2) boa parte daquilo que as pessoas conversam, socializam, compram, pensam e se expressam ocorre aparentemente em um ambiente público, mas que pertence, em última instância, a corporações privadas que raramente são transparentes sobre o processo de hierarquização da informação, cristalizada em algoritmos que estipulam regras de visibilidade e afetam processos de interação política, social e cultural (Crawford, 2016; Paßmann; Boersma, 2017; Uricchio, 2017). De tal modo, salvaguardadas as devidas proporções, mobilizações via Twitter ou Facebook são análogas a realização de protestos em ambientes públicos de propriedade privada, como shopping centers (Shirky, 2011). Finalmente, 3) a capacidade de monitoramento e vigilância das ações do indivíduo passa a ser um ativo valioso, tanto comercialmente quanto politicamente, possibilitando assim o surgimento de sistemas de acompanhamento, processamento e cruzamento de informações sofisticados, que tendem a afetar processos de formação da opinião pública, ações e comportamentos coletivos (Bruno, 2008; Helbing *et al.*, 2017; Mayer-Schonberger; Cukier, 2013).

Por fim, a quarta implicação se refere à potencialização política das narrativas, que tem demonstrado força e importância estratégica, principalmente como mecanismo de sensibilização pública (Kluver, 2002). Tomando como exemplo os grandes protestos ocorridos nos últimos anos, Castells (2013) afirma que as atividades das manifestações são amplamente encenadas para serem expressas em mídias sociais. Isso altera a estética da paisagem política, pois a prática generalizada de contar histórias, expor narrativas fotográficas on-line e postar vídeos passa a ser um elemento estrutural de ações coletivas como manifestações de rua, passeatas e protestos.

Ao analisarmos a cronologia das grandes mobilizações recentes que eclodiram em diversos países, veremos que seus estopins foram eventos carregados de teor narrativo, emotivo ou dramático e que ganharam grande repercussão nas redes sociais on-line em efeito viral, acionando o gatilho da mobilização. Por exemplo, a autoimolação de Mohamed Bouazizi, na Tunísia; a morte de Khaled Said, no Egito; os *vlogs* da ativista Asmaa Mafhouz, também no Egito; a performance do artista Hordur Torfason, na Islândia; a repercussão dos

vídeos on-line com a repressão policial no Brasil etc. Nesse sentido, a atuação de blogueiros, ativistas e cidadãos como fontes para o jornalismo formal e como produtores de narrativas independentes passa a ter um efeito relevante na circulação de notícias, na construção de realidades mediadas e no combustível de ações coletivas. O fenômeno da vigilância reversa, ou *sousveillance* (Bakir, 2010; Thorson *et al.*, 2013), isto é, a capacidade do cidadão e de ativistas em divulgar as ações contestáveis do Estado ou do aparato repressor – como o excesso de violência policial – por meio de câmeras de aparelhos celulares, postando em redes sociais ou veiculados pelo noticiário, também reforça essa dimensão narrativa e tem gerado importantes efeitos na opinião pública.

Impactos nas organizações civis

Se a comunicação digital converge para importantes mudanças na forma como as ações coletivas contemporâneas se configuram, cada um desses fenômenos afeta a estrutura e o modo de funcionamento das organizações civis, principalmente quando buscam interagir de modo mais amplo com o público. Isso sobretudo porque boa parte das organizações civis está atravessada pela sua habilidade de mobilizar coletivamente e pelas conexões com os indivíduos que, por sua vez, estão cada vez mais intermediadas por essas plataformas.

Como vimos anteriormente, as teorias dos movimentos sociais e da ação coletiva formatadas durante o século XX apontavam as organizações civis como um elemento central para o sucesso de grandes mobilizações. Estas eram gestadas no ventre dessas organizações e sua efetividade dependia da capacidade desses grupos em alocar recursos, apoio e engajamento em prol de uma causa. Atualmente, grandes mobilizações estão surgindo a partir de interesses comuns ocasionais ou compartilhamento de objetivos pontuais, sem necessariamente depender do papel central de organizações formais ou da existência de uma prévia identidade convergente, como apontavam algumas análises sociológicas ou psicológicas da ação ou do comportamento coletivo (Gamson, 1992; Melucci, 1989; Simon; Klandermans, 2001; Taylor; Whittier, 1992; Van Zomeren; Postmes; Spears, 2008). Isso significa que as organizações civis estão perdendo a tradicional centralidade como entes fundamentais para ações coletivas, mas não que deixaram de coexistir nesses eventos. Como explicam Bennett e Segerberg (2013, p. 28-29), o ambiente digital trouxe uma nova forma de mobilização, que denominam de “lógica da ação conectiva”:

The logic of collective action that has been perceived to typify the modern social order of hierarchical institutions and membership groups stresses the organizational dilemma of getting individuals to join in actions where personal participation costs may outweigh marginal gains, particularly when people can ride on the efforts of others for free. It often require people to make more difficult choices and adopt particular social identities that may receive disapproval from others. [...] Digital media help reduce some of the costs of these processes, but they do not fundamentally change the action dynamics. In the model defined by the logic of connective action, however, digital media do change the dynamics of the action: these networks operate through the organizational process of social media, and their logic does not require strong organizational control or the symbolic construction of a united “we”.

Para efeito deste trabalho, o que os autores chamam de “lógica da ação conectiva” será compreendido aqui como uma nova tendência para a ação coletiva neste século (e não como outro fenômeno paralelo). Na prática, trata-se do uso das redes de comunicação digital para estruturar grandes mobilizações, pois:

os modos de estruturação do ativismo podem alcançar um espectro que vai desde as formas mais rígidas e centralizadas, baseadas em uma organização formal, até as formas menos informais e mais descentralizadas. [...] Em todas elas a comunicação estará de algum modo presente, mas poderá ter significados, formas e efeitos distintos (VIEIRA, 2016, p. 122).

Os processos de ação coletiva hoje estão sistematicamente interligados com processos de estruturação induzidos pela tecnologia (Dolata; Schrape, 2015), isto é, o próprio ambiente digital deve ser compreendido como um elemento estruturante e organizacional, ainda que determinados eventos aparentem ser, numa visão apressada, superficialmente espontâneos. Por isso, do ponto de vista estrutural, a disposição de ferramentas interativas nas mãos dos indivíduos faz com que a ação coletiva dependa menos da existência de participantes previamente enraizados nas organizações e abre horizontes para vinculações mais flexíveis e transitórias.

Devido a esse fenômeno, alguns analistas têm identificado uma reconfiguração nas fronteiras de engajamento das organizações que, em razão do ambiente digital, passam a ser mais porosas às influências dos indivíduos para além do seu núcleo duro interno (Bimber; Flanagin; Stohl, 2012; Carty, 2010; Earl; Kimport, 2011; Lovejoy; Saxton, 2012; Shirky, 2012). As funções, a hierarquia e a relação de militantes com o público no interior das organizações civis têm sofrido mudanças importantes, como a flexibilidade nos tradicionais modos de pertencimento:

By increasing the potential agency of individuals with respect to formal organizations, other members, and collective action processes, the presence of digital media breaks down boundaries previously established and maintained by organizations. This means that membership and participation in collective action can more than ever be communicatively constructed by individuals, rather than determined by the organization (Bimber; Flanagin; Stohl, 2012, p. 557).

Como explicam os autores, isso não se traduz na simples substituição para um formato autogestionado, e sim em uma reengenharia das estruturas, cujo núcleo duro de ativistas se mantém, porém sob forte influência externa. O que ocorre de fato é uma readaptação do modelo cêntrico até então preponderante. Nessa direção, os autores apontam para a emergência de diferentes estilos de participação que passam a ser oferecidos pelas organizações, sintetizando-os em quatro categorias principais: 1) entusiastas; 2) minimalistas; 3) individualistas; e 4) tradicionais.

Se a estrutura das organizações civis tende a se tornar cada vez mais porosa e se ocorre uma diversificação quanto ao leque de estilos de engajamento que passam a coexistir, a possibilidade de angariar apoio de grupos ou de indivíduos dispersos, ainda que eventualmente e para além de um associativismo fixo, também se altera (Carty, 2010). As redes de

mobilização passam a funcionar de modo mais amplo e não estão necessariamente relacionadas a uma vinculação formal ou direta com a organização. Essa ampliação ocorre principalmente em torno de causas ou eventos específicos que possibilitam um grande aporte de apoio político ou material.

Dois exemplos podem ser úteis nesses casos: no Brasil, durante o mês de junho de 2013, a onda de protestos que se espalhou pelo país colocou em evidência o Movimento Passe livre (MPL) – uma organização civil com existência formal –, tornando-o a mais influente e visada organização naquela conjuntura. Isso só ocorreu porque a mobilização, inicialmente agendada pela organização, ganhou adesão de grupos e indivíduos dispersos – inclusive por razões e causas tangenciais que iam além da bandeira principal do movimento (a crítica ao aumento na tarifa do transporte coletivo na cidade de São Paulo). Esse fenômeno só foi possível porque havia um contexto social favorável às manifestações (o aumento da tarifa de um serviço considerado ruim pela maioria dos usuários), um estopim narrativo político (o testemunho da violência policial contra os primeiros protestos, gravado em vídeo e postado on-line) e uma rede de comunicação ativa que serviu como fator estruturante e organizacional para agendamentos “espontâneos” de atos em diversas outras cidades.

O outro exemplo é o caso do terremoto que atingiu o Haiti em 2010. A Cruz Vermelha americana recebeu mais de 35 milhões de dólares em doações por meio de mobilização nas mídias sociais (Morgan, 2010). O segredo não estava na rede de seguidores ativos ou nos apoiadores formais da organização, mas em sua capacidade de potencializar narrativamente a tragédia humana do terremoto em um dos países mais pobres do mundo e, ao mesmo tempo, acionar outras redes: a entidade mantém um “gabinete” com 30 celebridades que concordaram em pedir a seus milhões de seguidores no Twitter o apoio à campanha de doação.

Desse modo, as organizações estão percebendo o potencial das redes enquanto nova forma de recurso e têm levado isso para a ação política (Bimber; Flanagin; Stohl, 2012; Blank; Reisdorf, 2012; Fisher; Boekkooi, 2010). Esses dois exemplos demonstram que a comunicação das organizações não está mais centralizada apenas em seu valor instrumental com foco em sua própria imagem perante a opinião pública, mas também na capacidade de acionar engajamentos indiretamente, pela rede de outros intermediários. Importante lembrar que isso ainda faz valer a concepção clássica de líderes de opinião (Katz; Lazarsfeld, 1955; Lazarsfeld; Berelson; Gaudet, 1968), porém com novas características suscitadas pelas plataformas digitais de comunicação, nas quais a esfera pública contemporânea está baseada.

A possibilidade de engajamento de um leque mais amplo de indivíduos também coloca o desafio de incorporar aqueles que podem não estar alinhados com os princípios e diretrizes da organização, como apontam Ashuri e Bar-Ilan (2016, p.1413):

Notwithstanding these important transformations in the sphere of collective action, we consider Internet-based platforms to be a double-edged sword: they enable small and low-budget groups to approach large populations and attain a stable, flat configuration, but at the same time, they also attract incompatible candidates. Networked media thus appear to be a blessing for those who engage in collective action, but they also introduce new challenges. One major task demanding the attention of organizations in an era in which activists have greater agency is the identification of ‘high quality’ individuals who possess the desired attributes.

Para minimizar esse problema, como explicam os autores – baseados na Teoria dos Sinais –, as organizações têm buscado “sinalizar” suas posições, demarcando certos limites por meio de mensagens on-line, na tentativa de evitar distorções⁴.

Ainda que as grandes mobilizações da segunda década deste século tenham assumido uma característica de não centralização por entidades formais e, geralmente, escapem ao controle destas, isso não significa irrelevância ou ausência da participação de organizações em suas origens ou trajetória. O próprio papel do MPL, no caso brasileiro das Jornadas de Junho, é um exemplo, como vimos anteriormente. Ou, como também exemplifica Castells (2013), na Primavera Árabe egípcia as manifestações nasceram a partir da iniciativa do Movimento da Juventude 6 de Abril. A organização criou um grupo no Facebook que reuniu mais de 70 mil participantes, culminando com a ocupação da Praça Tahrir em 25 de janeiro de 2011.

Se há hoje uma plataformização da esfera pública e uma complexificação das intermediações, isso também repercute em novas habilidades para agir comunicativamente em ações coletivas. As organizações começam a compreender que as estratégias tradicionais baseadas no *mass media* já não são suficientes e um novo conjunto de *know how* precisa ser apreendido nesse novo cenário. A ubiquidade midiática e a potencialização de narrativas pela internet também são hoje elementos que alteram a forma de produção e os modos de circulação de determinadas peças comunicativas. Como explicam Blank e Reisdorf (2012, p. 38):

The production and distribution processes required large amounts of capital so that they were available only through large organizations such as newspapers, book publishers, music labels, film studios, radio, and television networks. The magnitude of the change from a mass society model to a personal production and distribution model underlines the importance of Web 2.0.

Isso altera o tradicional peso do custo na produção de narrativas e sua circulação para uma larga audiência, o que dá a pequenas organizações maior capacidade de gerar histórias e, por meio delas, difundir suas causas. Isso não significa dizer que o *mass media* perdeu sua importância ou que o custo de produção se tornou inexistente. Implica afirmar que a hegemonia dessa estrutura foi abalada e que, atualmente, as narrativas simbólicas e sua circulação em plataformas de mídias sociais se tornaram um campo estratégico, tendendo a assumir um lugar de destaque nos processos de formação da opinião pública e nas ações de engajamento das organizações civis contemporâneas.

Em linhas gerais, como apontam Bimber, Flanagin e Stohl (2012), as organizações estão agora em uma nova fase de utilização das ferramentas digitais de comunicação, numa linha evolutiva-cumulativa bastante clara. Primeiramente, tecnologias como a internet tiveram pouco efeito e serviram basicamente para um tipo de comunicação que “fazia mais do mesmo”: dispor informação de modo verticalizado e centralizado, tal como o *mass media*, por intermédio de seus *websites* institucionais (efeitos de primeira-ordem). Em seguida, passaram a tentar otimizar esse uso explorando a eficiência, gerando assim um efeito de segunda ordem que consistiu em “fazer mais com menos esforço”. No atual estágio, com a expansão das mídias sociais, as organizações atingem um efeito de terceira ordem: “fazer bem mais com um leque variado de esforços” a seu dispor. Algo que vai além da simples eficiência instrumental, pois traz um conjunto de oportunidades de ação antes inexistente.

Por fim, como demonstra Stein (2009), é importante ressaltar que o uso das mídias sociais pelas organizações civis não é uniforme: uma série de variáveis – como a natureza da organização, sua finalidade, seu campo de ação, sua estrutura etc. – pode oscilar a intensificação dessa apropriação, o que sugere níveis distintos de efeitos reais. De um modo ou de outro, esse é um fenômeno que afeta, em grau menor ou maior, a maioria das organizações contemporâneas.

Considerações finais

Este artigo teve como objetivo analisar de que forma a comunicação digital está alterando a dinâmica e o modo de funcionamento das organizações civis. Identificou-se que o uso em larga escala de mídias digitais tem repercutido em mudanças substanciais nos modos de formação da opinião pública e na dinâmica do engajamento político e da ação coletiva. Demonstrou-se que o conjunto dessas asserções tem alterado os padrões comunicativos entre organizações e cidadãos, flexibilizando as fronteiras de pertencimento e possibilitando maior diversidade quanto aos estilos de participação e engajamento. Tem ocorrido uma maior capacidade de articulação de grupos e indivíduos dispersos em causas esporádicas, para além do pertencimento identitário. Também se apontou que a diminuição das barreiras de produção e circulação de narrativas tende a ser uma nova fronteira estratégica, mas é preciso criar aptidões para lidar com estes novos recursos.

Diante desse quadro, é evidente que organizações civis já não são os agentes centralizadores capazes de originar, planejar, sustentar e manter as rédeas das ações coletivas, embora não tenham perdido essa capacidade. Grandes mobilizações podem tomar formas virais e predominar a justaposição de grupos autônomos ou indivíduos personalizados, que compartilham interesses transitórios. Ao mesmo tempo, argumentou-se que isso não significa o fim das organizações civis, e sim uma tendência de readaptação aos novos recursos e *expertise*. As organizações continuam assumindo papéis relevantes dentro de um contexto de complexas estruturas de intermediação, porém se redesenhando para operar em um cenário de habilidades e modo de funcionamento em mutação. Essa é uma realidade bastante recente e está em franca expansão e desenvolvimento, o que exige maiores esforços de pesquisa para compreender, a médio e longo prazo, a evolução dessas repercussões e o papel das organizações civis na formação da opinião pública e na dinâmica das ações coletivas.

Recebido em: 24 mar. 2018

Aceito em: 12 jul. 2018

¹ Em 1970, a concepção de redes sociais já era discutida para explicar a forma de organização e interação em mobilizações sociais, como o movimento Black Power e o Movimento Pentecostal nos Estados Unidos (cf. Gerlach; Hine, 1970).

² Esta última a partir da concepção correlata, mas não equivalente, de “comportamentos coletivos”, principalmente sob a influência autores como Gustav Le Bon.

³ Em suas variadas formas: sindicatos, organizações não governamentais, associações de bairro, grupos de pressão, partidos políticos etc.

⁴ Nas Jornadas de Junho, esse fenômeno ficou bastante evidente: quando os protestos se expandiram e atraíram participantes de diversas vertentes ideológicas (da extrema esquerda à extrema direita), indo além do objetivo inicial, as lideranças do movimento passaram a reafirmar em redes sociais que as manifestações tinham como objetivo especificamente a redução da tarifa do transporte público e se retiraram dos protestos com nota publicada em sua página oficial no Facebook, no dia 21 de junho de 2013, apontado o desvirtuamento das mobilizações.

Referências

ALONSO, Angela. As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate. **Lua Nova**, São Paulo, n. 76, p. 49-86, 2009.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ASHURI, Tamar; BAR-ILAN, Yaniv. How flat organizations filter: organizational gatekeeping in a networked environment. **Information, Communication and Society**, London, v. 19, n. 10, p. 1411-1426, 2016.

BAKIR, Vian. **Sousveillance, media and strategic political communication**: Iraq, USA, UK. London: Continuum, 2010.

BENNETT, W. Lance. The personalization of politics: political identity, social media, and changing patterns of participation. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, Philadelphia, n. 644, p. 20-39, 2012.

BENNETT, W. Lance; SEGERBERG, Alexandra. **The logic of connective action**: digital media and the personalization of contentious politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.

BIMBER, Bruce; FLANAGIN, Andrew J.; STOHL, Cynthia. **Collective action in organizations**: interaction and engagement in an era of technological change. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.

BLANK, Grant; REISDORF, Bianca C. The participatory web: a user perspective on Web 2.0. **Information, Communication and Society**, London, v. 15, n. 4, p. 537-554, 2012.

BRUNO, Fernanda. Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital. In: ANTOUN, Henrique (org.). **Web 2.0**: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: M53auad X, 2008. p. 167-182.

CARTY, Victoria. New information communication technologies and grassroots mobilization. **Information, Communication and Society**, London, v. 13, n. 2, p. 155-173, 2010.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CRAWFORD, Kate. Can an algorithm be agonistic? Ten scenes from life in calculated publics. **Science, Technology & Human Values**, Paris, v. 41, n. 1, p. 77-92, 2016.

DOLATA, Ulrich; SCHRAPE, Jan-Felix. Masses, crowds, communities, movements: collective action in the Internet Age. **Social Movement Studies**, Stuttgart, v. 15, n. 1, p. 1-18, 2016.

EARL, Jennifer; KIMPORT, Katrina. **Digitally enabled social change**: activism in the Internet Age. Cambridge: The MIT Press, 2011.

FISHER, Dana R.; BOEKKOOI, Marije. Mobilizing friends and strangers: understanding the role of the Internet in the step it up day of action. **Information, Communication and Society**, London, v. 13, n. 2, p. 193-208, 2010.

GAMSON, William. The social psychology of collective action. *In*: MORRIS, Aldon D.; MUELLER, Carol McClurg (org.). **Frontiers of social movement theory**. New Haven: Yale University Press, 1992. p. 53-76.

GAMSON, William A.; WOLFSFELD, Gadi. Movements and media as interacting systems. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, Philadelphia, v. 528, p. 114-125, 1993.

GAO, Li. The emergence of the Human Flesh Search Engine and political protest in China: exploring the Internet and online collective action. **Media, Culture & Society**, London, v. 38, n. 3, p. 2-16, 2016.

GERLACH, Luther P., HINE, Virginia H. **People, power, change**: movements of social transformation. Indianapolis: Bobbs-Merrill, 1970.

GILLESPIE, Tarleton. The politics of “platforms”. **New Media & Society**, London, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010.

GONH, Maria da Glória. **Teorias dos movimentos sociais**: paradigmas clássicos e contemporâneos. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALLAM, Roger. How the internet can overcome the collective action problem: conditional commitment designs on Pledgebank, Kickstarter, and The Point/Groupon websites. **Information, Communication and Society**, London, v. 19, n. 3, p. 362-379, 2015.

HELBING, Dirk *et al.* Will democracy survive big data and artificial intelligence? **Scientific American**, New York, 25 Feb. 2017. Disponível em: <http://bit.ly/2Tly8dn>. Acesso em: 2 jul. 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KATZ, Elihu; LAZARFELD, Paul F. **Personal influence**: the part played by people in the flow of mass communications. Glencoe: Free Press, 1955.

KLUVER, Alan R. The logic of new media in international affairs. **New Media & Society**, London, v. 4, n. 4, p. 499-517, 2002.

LAZARSELD, Paul F.; BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel. **The people's choice**: how the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York: Columbia University, 1968.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

LOVEJOY, Kristen; SAXTON, Gregory D. Information, community, and action: how nonprofit organizations use social media. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Trenton, v. 17, n. 3, p. 337-353, 2012.

MAYER-SCHONBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. **Big data**: a revolution that will transform how we live, work, and think. New York: HMHBooks, 2013.

MCADAM, Doug; MCCARTHY, John D.; ZALD, Mayer N. (org.). **Comparative perspectives on social movements**: political opportunities, mobilizing structures and cultural framings. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

MELUCCI, Alberto. **Nomads of the present**: social movements and individual needs in contemporary society. London: Hutchinson Radius, 1989.

_____. **Challenging codes**: collective action in the information age. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

MORGAN, James. Twitter and Facebook respond to Haiti crisis. **BBC News**, London, 15 Jan. 2010. Disponível em: <https://bbc.in/2Syl2F6>. Acesso em: 2 set. 2013.

OLSON, Marcur. **The logic of collective action**: public goods and the theory of groups. Cambridge: Harvard University Press, 1965.

PABMANN, Johannes; BOERSMA, Asher. Unknowing algorithms: on transparency of unopenable black boxes. *In*: SCHÄFER, Mirko Tobias; VAN ES, Karin (Org.). **The datafied society**: studying culture through data. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2017. p. 139-146.

POSTMES, Tom; BRUNSTING, Suzanne. Collective action in the Age of the Internet: mass communication and online mobilization. **Social Science Computer Review**, Washington, v. 20, n. 3, p. 290-301, 2002.

SHIRKY, Clay. The political power of social media: technology, the public sphere, and political change. **Foreign Affairs**, New York, v. 90, n. 1, p. 28-41, 2011.

_____. **Lá vem todo mundo**: o poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SIMON, Bernd; KLANDERMANS, Bert. Politicized collective identity: a social psychological analysis. **American Psychologist**, Washington, v. 56, p. 319-331, 2001.

STEIN, Laura. Social movement web use in theory and practice: a content analysis of US movement websites. **New Media & Society**, London, v. 11, n. 5, p. 749-771, 2009.

TARROW, Sidney G. **O poder em movimento: movimentos sociais e confronto político**. Petrópolis: Vozes, 2009.

TAYLOR, Verta; WHITTIER, Nancy. Collective identity in social movement communities: lesbian feminist mobilization. *In*: MORRIS, Aldon D.; MUELLER, Carol McClurg (org.). **Frontiers of social movement theory**. New Haven: Yale University Press, 1992. p. 104-129.

THORSON, Kjerstin *et al.* YouTube, Twitter and the occupy movement: connecting content and circulation practices. **Information, Communication & Society**, v. 16, n. 3, p. 421-451, 2013.

URICCHIO, William. Data, culture and the ambivalence of algorithms. *In*: SCHÄFER, Mirko Tobias; VAN ES, Karin (org.). **The datafied society: studying culture through data**. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2017. p. 125-138.

VAN DIJCK, José. Facebook as a tool for producing sociality and connectivity. **Television & New Media**, Thousand Oaks, v. 13, n. 2, p. 160-176, 2012.

VAN ZOMEREN, Martijn; POSTMES, Tom; SPEARS, Russell. Toward an integrative social identity model of collective action: a quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. **Psychological Bulletin**, Washington, v. 134, n. 4, p. 504-535, 2008.

VIEIRA, Vivian Patrícia Peron. **Os efeitos da comunicação digital na dinâmica do ativismo transnacional contemporâneo: um estudo sobre a Al-Qaeda, WikiLeaks e Primavera Árabe**. 2016. 378 f. Tese (Doutorado em Relações Internacionais) –Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

WALKER JUNIOR, Jack L. **Mobilizing interest groups in America: patrons, professions, and social movements**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1991.