



Neamp

Os sites dos partidos políticos nas eleições de 2006

Ari Macedo,
Marcelo Burgos e
Vera Chaia

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar as eleições presidenciais de 2006 no Brasil através dos sites dos partidos políticos que participaram daquelas eleições. Para tanto gravamos os sites e estudamos a estrutura dos mesmos, buscando compreender como os partidos fizeram uso do espaço virtual.

Abstract

The current article has as objective to analyze the presidential elections of 2006 in Brazil, through the sites of the political parties who participated of those elections. For in such a way we record the sites and study the structures of the same ones, searching to understand as the parties made use of the virtual space.

A Internet, como ferramenta de nova tecnologia, possibilita uma relação cada vez mais intensa de intercâmbio de mensagens entre os cidadãos e o espaço cibernético. A inter-relação efetiva entre as duas partes potencializa algo que muitos especialistas no assunto vêm chamando de democracia eletrônica ou ciberdemocracia¹.

O termo ciberdemocracia é defendido como uma terminologia condensadora de uma comunicação política multilateral e pluridimensional, dentro de um ambiente de conexões bidirecionais com o processamento de um número cada vez maior de informações. É nesse espaço que se generaliza a demanda direta de informações com os internautas. Mas como essa oferta de informação e de intercâmbio de mensagens é de fato recebida e utilizada pelos cidadãos? Como desfrutar do processo de contatos amplificados pela Rede?

Interessa-nos aqui pensar a comunicação direta existente entre os cidadãos e o ambiente político dentro do ciberespaço, o que é ainda muito falho. A possibilidade de dirigir-se a parlamentares, partidos políticos e candidatos a cargos públicos por e-mails ou participar coletivamente de páginas institucionais e obter respostas concretas sobre os mais diversos

¹ MACEDO, Ari. A comunicação entre o cidadão e o político. Observatório da Imprensa, ano 13, nº 424, março 2007. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=424ENO001>>. Acesso em: 02 dez. 2008.



Neamp

assuntos sustentaria os ideais de ciberdemocracia. Isso até ocorre, mas de maneira muito incipiente, de modo a restringir a efetiva integração coletiva nas discussões políticas candentes.

É no ciberespaço, enquanto meio inter-social, global e sem autoridades supremas e hierarquias, que os usuários podem ampliar as discussões políticas sem censura ou medo. Algo pouco aproveitado em termos políticos. As páginas partidárias, de parlamentares ou de candidatos a cargos públicos, são pouco exploratórias e não desenvolvem uma interface com os cidadãos a ponto de serem promovidas campanhas convocatórias, fóruns de discussão, respostas diretas a questionamentos por e-mail, dentre outros recursos que facilitariam o contato ainda maior entre as entidades políticas e a população².

Se levarmos em conta que a Internet é um meio que favorece a sociabilidade, como afirmou Manuel Castells em entrevista ao jornal *El País* (06.01.08), é possível dizer que ela poderá ser a responsável pela mudança na cultura política do brasileiro. Para isso, é preciso uma mudança de paradigmas que, talvez, não desperte tanto interesse da classe política. Segundo Castells (2008), a “Internet es un instrumento de libertad y de autonomía, cuando el poder siempre ha estado basado en el control de las personas, mediante el de información y comunicación”.

Não é possível mais ignorar a importância da Internet como ferramenta de ação social. De acordo com pesquisa IBOPE/NetRatings, realizada em junho deste ano, o acesso à Rede em nosso país ultrapassou a barreira de 40 milhões de pessoas. Atualmente, o acesso à Internet ficou mais fácil devido ao grande número de espaços disponíveis (bibliotecas, escolas, trabalho, cybercafés).

Os brasileiros também continuam sendo um dos que mais navegam (23 horas e 48 minutos/por mês), estando a frente de países como Estados Unidos, Austrália, Japão, França, Alemanha, Itália, Suíça, Espanha e Reino Unido.

A visibilidade na esfera pública midiática (Castells, 2008) causa preocupações nas instituições, nas empresas e nos organismos. De acordo com Castells (2008) não há mais como os poderes públicos, principalmente, controlarem a Internet. “Puede haber vigilancia, pero no control”.

É preciso levar em conta que a Internet beneficiará o processo democrático ao combinar modelos atuais de comunicação política (Landtsheer, Krasnoboka e Neuner, 2000: 107). Acreditam as autoras que a Internet é um instrumento perfeito para devolver o poder aos

² Idem.



Neamp

cidadãos. “La Red se considera la gran oportunidad para potenciar la participación, por ejemplo erradicando las jerarquías existentes en el panorama político e incluyendo más “gente corriente” (...) en los procesos de formación de opinión política y de toma de decisiones” (Landtsheer, Krasnoboka e Neuner, 2000: 107).

O problema no Brasil é fazer com que os poderes constituídos entendam tamanha importância da Internet para o processo político e para a democratização da comunicação política. Em março deste ano, antes mesmo do início da propaganda em rádio e televisão, um parecer técnico do TSE (Tribunal Superior Eleitoral) proibiu o uso de ferramentas da Internet por candidatos às prefeituras brasileiras. O documento simplesmente concluía: "o que não é previsto [na legislação eleitoral] é proibido".

O único meio que o candidato poderia fazer publicidade na Internet era em página exclusivamente destinada à divulgação de sua campanha³. Nem mesmo e-mails, páginas de apoio no Orkut, blogs, fóruns de discussão poderiam ser criados.

O simples fato de não adequar a legislação eleitoral, evidencia o pouco interesse dos ministros do TSE em ampliar a participação daqueles que utilizam a Internet. Diferentemente do que acontece em alguns países como os Estados Unidos, onde a Rede foi um meio para reduzir as distâncias entre os candidatos e seus eleitores em planos e decisões políticas importantes.

Evidencia-se assim o poder da Internet na influência do sistema político. “Parece posible utilizar el potencial democrático de Internet para optimizar el desempeño de las funciones de los intermediarios y de los actores del sistema político de toma de decisiones” (Landtsheer, Krasnoboka e Neuner, 2000: 108).

Alguns autores⁴ chamarão essa influência da Internet nos meios políticos de *tecnopolítica*, rompendo com o pessimismo da democracia e ampliando as informações além daquilo divulgado pelos meios de comunicação tradicionais. Os filtros tradicionais nos meios de comunicação hegemônicos são substituídos pela intensa redistribuição de dados pela Internet (Moraes, 2002: 1).

Assim sendo, não podemos relegar a importância do ciberespaço como fonte democrática de busca da informação. É com a ajuda da web que se pode obter muito mais dados com a finalidade de ampliar e dimensionar as discussões políticas. Não se pode descuidar daquilo que disse Castells (2008): “en la sociedad de Internet, lo complicado no es

³ Ao criar uma página, o candidato deveria fazê-la com a terminação “can.br”.

⁴ Um deles é o espanhol José Luis Dader.



Neamp

saber navegar, sino saber donde ir, donde buscar lo que se quiere encontrar y qué hacer con lo que se encuentra”. Para Moraes (2002: 2), “o ciberespaço configura-se como um universal indeterminado, sem controles aparentes, sem local nem tempo claramente assinaláveis”.

ANÁLISE DAS PÁGINAS DOS PARTIDOS E CANDIDATOS

Para podermos quantificar e analisar a importância das páginas políticas dos partidos e dos candidatos nas eleições de 2006, recorreremos a trabalhos publicados na Espanha, Holanda e Bélgica. Infelizmente, o Brasil ainda carece de estudos mais detalhados sobre a importância da interatividade no processo político. As análises se voltam mais para um acompanhamento da Rede e como ela dinamiza as informações além das fronteiras da mídia tradicional.

Neste sentido, o NEAMP (Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da PUC-SP) inovou ao apresentar uma pesquisa abordando a inter-relação entre o ciberespaço e a política.

Ficaram evidentes as grandes discrepâncias entre os estudos espanhóis e os brasileiros⁵. Enquanto aqui os sites têm um espírito mais noticioso, na Espanha a relação com o leitor/eleitor visa ampliar a sua participação no processo político. Mas há também similaridades entre a Espanha e o Brasil que “podem ser encontradas nas formas das inovações em comunicação política e nas suas conseqüências institucionais”⁶.

Mas é preciso destacar, sobretudo, as diferenças. Na Espanha, a forma de governo é a monarquia, com governo parlamentarista; enquanto que no Brasil, o governo é caracterizado como uma democracia representativa presidencialista. É preciso ressaltar que os dois países, durante o século 20, passaram por regimes autoritários e suas transições políticas se assemelharam. Diferentemente dos espanhóis, aqui os brasileiros são obrigados a votar⁷.

Em relação aos internautas, os dados também se diferenciam no Brasil e na Espanha. Segundo o site <http://Internetworldstats.com/>, acessado no dia 15/11/08, a população espanhola é de 41.895 milhões e os usuários da Internet são 14.445 milhões, perfazendo 34,5% da população. No Brasil a população perfaz 186.771 milhões, enquanto os usuários da Internet são 42.600 milhões, representando uma porcentagem de 22,8% da população⁸.

Nas últimas eleições americanas acompanhamos o aprofundamento da participação da Internet no processo eleitoral. De um lado tivemos o candidato do Partido Democrata – Barak

⁵ A pesquisa focou no comparativo entre a Espanha e o Brasil.

⁶ CHAIA, Vera. Internet e eleições na Espanha. Observatório da Imprensa, ano 13, nº 472, fevereiro 2008. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=472ENO002>>. Acesso em: 07 dez. 2008.

⁷ Idem.

⁸ Ibidem.



Hussein Obama – e de outro o candidato do Partido Republicano – John McCain. O site de Obama arrecadou dinheiro para a campanha, mostrou vídeos e permitiu que fossem feitos downloads. Também as comunidades MySpace e FaceBook estiveram presentes nestas eleições, além do YouTube, que disponibilizou vídeos realizados por eleitores simpatizantes do Obama.

Howard Dean, pré-candidato democrata nas eleições de 2004, já havia utilizado a web para alavancar a sua pré-campanha eleitoral. Naquela ocasião ele chegou a arrecadar US\$22 milhões de dólares online, porém o candidato indicado pelo Partido Democrata foi John Kerry. Howard Dean é o atual presidente do partido.

Barack Obama fez uso da mesma equipe que trabalhou com Dean na campanha feita pela web, a empresa Blue State Digital – obama.com. Obama chegou a arrecadar cerca de US\$ 640 milhões de dólares entre o início de 2007, quando lançou a sua pré-campanha, até próximo ao final da campanha eleitoral em outubro de 2008.

O sucesso de Obama no uso da Internet se deu porque ocorreu uma arregimentação e organização online de voluntários, além do uso de outras ferramentas como a divulgação de sua campanha por mensagens de textos em celulares, e-mails, videogames, etc...

Nessa necessidade em verificarmos a utilização da Internet na ação dos próprios agentes políticos e do cidadão, trouxemos à realidade brasileira uma metodologia de pesquisa utilizada por José Luis Dader na Espanha, e obtivemos resultados positivos.

Ao estruturarmos e sistematizarmos a pesquisa, pontuamos os sites de acordo com as seguintes categorias: informação, interatividade, facilidade de uso e estética.

A primeira categoria analisada foi a de **Informação**, sendo possível investigar alguns aspectos dos sites como: auto-apresentação e relações públicas; informação externa; informações gerais úteis; informação política para os cidadãos; informações políticas de contexto.

Na categoria **Interatividade** verificamos outros aspectos dos sites, como: possibilidade somente de leitura; leitura e somente resposta a formulários para solicitação de boletins partidários; possibilidade de correspondência eletrônica; foros e grupos de discussão; possibilidade de auto-apresentação.

Outra categoria importante e utilizada pelos pesquisadores foi a de **Facilidade de uso**, sendo observados alguns itens importantes para a pesquisa como: atualização feita ao dia; condensação; ajuda para a busca e a navegação; ajuda para a investigação e da documentação; conexões.



Neamp

E a última categoria que investigamos foi a de **Estética** onde foi possível verificar: sentido de humor/ironia; símbolos/propaganda política; imagens e fotos; atrativo visual/apelatividade; desenho/estrutura.

No exame, além do objetivo principal de categorizar os sites partidários e dos candidatos, era necessário pontuar todas essas categorias para obtermos um quadro comparativo entre eles. Aplicamos uma pontuação a cada categoria, resultando no máximo de 240 pontos. Atingindo esse número, o site então cumpre todos os requisitos exigidos e mantém uma maior interatividade com os seus visitantes e/ou eleitores. É preciso dizer que durante a nossa análise nenhum dos sites pesquisados atingiu a pontuação máxima.

A categoria que obteve a maior pontuação foi a de **Informação**. Destaque para as maiores pontuações obtidas pelo PC do B e PSB⁹ (60 pontos ambos), e a menor pelo site do partido PMDB¹⁰.

É interessante ressaltar a pontuação do site do candidato Lula e do Partido dos Trabalhadores. Nessa categoria o site do PT é mais informativo do que o do candidato, reflexo dos escândalos políticos envolvendo o partido e o governo. O partido respondeu mais aos ataques da oposição, se defendendo e o seu candidato das denúncias. Lula voltou a defender o slogan “lulinha paz e amor”, se isentando dos ataques.

Foram os escândalos políticos que pautaram a agenda política, favorecendo a oposição. Destaque nessa categoria para o site do candidato Geraldo Alckmin, que centrou as denúncias contra o presidente Lula e o PT.

A segunda categoria com maior pontuação foi a de **Estética**. O site de partido com maior pontuação foi o do PFL (54 pontos), o que cabe aqui uma ressalva, pois o partido soube utilizar muito bem a subcategoria de humor/ironia. Usou e abusou de *gifs* animados satirizando o candidato/presidente e o Partido dos Trabalhadores. Nesta categoria, a menor pontuação foi a do PC do B.

A categoria com menor pontuação, surpreendentemente, foi a de **Interatividade**. Deveria ser a com maior acúmulo de pontos, o que não aconteceu, por ser a que proporciona aos eleitores e/ou visitantes a relação direta e permanente com o site. Nesta categoria estão subcategorias importantes como possibilidade de comunicação através de correio eletrônico, foros de discussão e a possibilidade de qualquer tipo de manifestação pelos cidadãos no site.

⁹ É importante ressaltar que os dois partidos não tinham candidatura própria e apoiaram Lula.

¹⁰ Vale lembrar que o PMDB não tinha candidato disputando o cargo de presidente da República e, mais ainda, o partido estava dividido entre aqueles que apoiavam o candidato Lula e os que apoiavam o candidato Geraldo. Portanto, não havia interesse na atualização do site e na interatividade com os eleitores.



Neamp

O site com menor pontuação foi o do PMDB (apenas 7 pontos) e o com maior foi o do PSTU (53 pontos). A do candidato Geraldo Alckmin superou a do Lula, possibilitando uma maior interação candidato/eleitor. Disponibilizava, por exemplo, um blog do candidato.

No Brasil é necessária uma ampliação da categoria *Interatividade*. Fica evidente, porém, a preocupação dos partidos e dos candidatos no maior volume de informações aos cidadãos. Apesar do site do candidato Geraldo Alckmin ter tido melhor pontuação em relação ao do Lula, e por ter recorrido aos recursos de informação aos cidadãos, isso não modificou o resultado das eleições.

Foi possível verificar a quantidade de informações disponibilizadas – artigos de membros partidários ou dos candidatos, notícias eleitorais, estatutos ou programas partidários e legislação eleitoral –, mas foi pequena a oferta de recursos que permitissem o contato direto com os cidadãos, ou, quando disponibilizados, eram pouco absorvidos pelos usuários da Rede – como correios eletrônicos, campanhas convocatórias, fóruns de discussão.

Não que os partidos e os candidatos não utilizaram ou utilizam a Internet como mais um recurso para propagandear seus feitos e realizações, mas fica evidente a intenção de passar o máximo de informação aos usuários restrita ao campo de notícias, esquecendo-se que o ciberespaço, ao ser um ambiente em que as mais diversas conjugações são permitidas, deve dar liberdade aos usuários para toda forma de expressão. Não tratá-los apenas como meros receptores¹¹.

A Internet é o canal ciberdemocrático que possibilita a permanente interlocução e, sendo assim, deve ser utilizada como meio de aperfeiçoamento do processo político. Os partidos políticos, os candidatos e os parlamentares ainda não descobriram essas possibilidades e suas ferramentas. Quando deixarem de imaginar os cidadãos apenas como receptores de notícias, potencializarão novas discussões com o envolvimento social cada vez maior.

Atualmente o que se experimenta de novo é uma renovação da comunicação política, agora mais dinâmica em termos de circulação do discurso político e das opiniões políticas. Os atores políticos e instituições políticas, os meios de comunicação e os cidadãos alteram o seu relacionamento na esfera da comunicação política, mas não necessariamente na natureza do processo político. A Internet não afetou e não mudou a política, a “hard politics”. A mudança

¹¹ MACEDO, Ari. A comunicação entre o cidadão e o político. Observatório da Imprensa, ano 13, n° 424, março 2007. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=424ENO001>>. Acesso em: 02 dez. 2008.



se deu na esfera dos comunicadores políticos. Agora os políticos estariam explorando este novo meio de comunicação para promoverem sua imagem e suas posições políticas.

Na linha de tiro: a tentativa tucana de derrubar o governo

Durante o processo eleitoral, o PSDB aproveitou o seu site para centrar fogo no governo Lula e no Partido dos Trabalhadores diante das fortes denúncias que emergiam na mídia.

Dos estudos que fizemos, o partido se destacou na categoria de *Facilidade de Uso*, atualizando diariamente suas notícias, recursos para o leitor/eleitor navegar nas informações, facilitação na leitura de documentos e inter-relação com outros *links* de dentro e fora do partido.

Isso permitiu o uso permanente das informações como meio para tentar convencer o leitor/eleitor. Como exemplo, podemos destacar uma carta do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso publicada um mês antes da eleição criticando o governo.

Atravessamos um momento paradoxal: de aparente desconexão entre o que é o sentimento da opinião pública e o discurso eleitoral rotineiro; de tanta desfaçatez dos que ocupam o poder e de tanta informação sobre a corrupção e os desmandos de quem deveria dar as pautas de comportamento pensando mais na Nação que em seus umbigos e nada mais faz do que se jactar de grandezas inexistentes¹².

Ao se dirigir aos partidários e aos interessados em geral, FHC afirmou que o governo Lula e seu “ex-partido” eram os responsáveis pela série de denúncias envolvendo o governo central. Dizia Fernando Henrique: “E mais indignados ficamos quando vemos o Presidente e seus arautos passarem a mão na cabeça dos que “erraram” (como se eles próprios não fossem os culpados) com a desculpa de que “todos são iguais””¹³.

A indignação não era apenas do ex-presidente da República, mas expressa em outros textos publicados pelo partido. Críticas duras e, por vezes ofensivas, ditavam o ritmo do noticiário tucano. Apenas seus cardeais, ou melhor dizendo os tucanos de alta plumagem, eram ouvidos nas notícias ou publicavam os artigos. Vale lembrar a intensificação das críticas diárias antes do pleito.

Mas o partido não permitia a interatividade com o leitor do site. As notícias eram repassadas no sentido emissor – receptor, sem possibilitar a este último a contestação ou até mesmo o apoio ao discutido. Essa impossibilidade, indica ainda a grande incapacidade de um dos maiores partidos políticos do país potencializar uma discussão democrática mais ampla da situação nacional através da Rede, onde julgamos ser o espaço mais apropriado para as contradições e a análise das informações sem o filtro dos meios de comunicação tradicionais.

¹² Carta aos Eleitores do PSDB. **PSDB**, 07/09/2006. Acesso em 10/09/2006.

¹³ Idem.



Em outra matéria publicada pelo site, um dos críticos foi o então deputado Walter Barelli, tucano paulista, acusador da falta de planejamento dos gastos do governo. "Que este governo não cumpre compromissos não é novidade. O problema é a qualidade dos gastos"¹⁴. Argumentava Barelli, ao afirmar que o planejamento nunca foi o forte da administração petista que "eles só pensavam em superávit. Agora, nem isso"¹⁵.

Reforçar as denúncias contra o PT e Lula foi foco do noticiário do partido. Título de uma das notícias: "Berzoini é tirado às pressas da campanha de Lula"¹⁶. No corpo do texto afirmava:

O presidente do PT, Ricardo Berzoini, foi afastado às pressas da coordenação da campanha à reeleição do presidente Luiz Inácio Lula da Silva na noite desta quarta-feira devido à repercussão de seu envolvimento nas negociações do suposto dossiê anti PSDB. Em seu lugar, assume Marco Aurélio Garcia, atual assessor especial da Presidência¹⁷.

É importante ressaltar a estrutura jornalística das notícias tucanas. No início das análises, em julho, os textos seguiam um padrão jornalístico, menos tendencioso. As matérias eram escritas respeitando o *lead* e a imparcialidade. Com a aproximação do pleito eleitoral, esse respeito deixou de existir e as matérias passaram a ser mais ácidas. Dois textos exemplificam isso. O primeiro, publicado em julho, a neutralidade, o segundo, já no final da campanha, a parcialidade:

O candidato do PSDB à Presidência da República, Geraldo Alckmin, afirmou, em entrevista ao programa Roda Viva, da TV Cultura, na noite desta segunda-feira, que vai "trabalhar para a população mais pobre do país" e que seu projeto de inclusão social estará baseado no crescimento da economia. "No ano passado, o Brasil cresceu mais apenas que o Haiti em toda a América Latina. O país tem condições de crescer bem mais com um conjunto de reformas estruturantes", destacou, ao lembrar que pode "fazer mais pela população nos próximos quatro anos que o atual governo", caso Lula seja reeleito¹⁸.

E o outro:

O escândalo do dossiê Vedoin ficou mais próximo do Planalto. Mais um petista que atua na campanha do presidente Lula e o próprio presidente do PT, Ricardo Berzoini, foram envolvidos ontem. A revista Época informou que no início do mês foi procurada por Oswaldo Bargas - colaborador do plano de governo da reeleição, casado com uma secretária de confiança de Lula - oferecendo 'denúncias sérias' contra José Serra. Na ocasião, Bargas afirmou que o presidente do PT sabia do

¹⁴ Barelli: Lula gasta mal e só pensa na reeleição. **PSDB**, 26/07/2006. Disponível em: <<http://www.psd.org.br/noticias.asp?id=25122>>. Acesso em 13/10/2006.

¹⁵ Idem.

¹⁶ Berzoini é tirado às pressas da campanha de Lula. **PSDB**, 20/09/2006. Disponível em: <<http://www.psd.org.br/noticias.asp?id=25934>>. Acesso em 21/09/2006.

¹⁷ Idem.

¹⁸ "Vou trabalhar para a população mais pobre do Brasil", diz Alckmin. **PSDB**, 04/07/2006. Disponível em: <<http://www.psd.org.br/noticias.asp?id=24790>>. Acesso em 13/10/2006.



encontro. Berzoini disse ontem achar que se tratasse de discussão de 'pauta de interesse jornalístico'¹⁹.

Particularmente a primeira frase foge do tradicional *lead*, começando com uma acusação direta ao governo: "O escândalo do dossiê Vedoin ficou mais próximo do Planalto"²⁰. Não se respeitou o quem, quando, onde, como e por quê.

Os artigos, redigidos por caciques tucanos, também foram duros. Fernando Henrique Cardoso deixou a posição de ex-presidente e caminhou para o *front* contra o governo Lula. Não mediu palavras para criticar a gestão petista. Artigo publicado por ele tinha como título "República da malandragem".

Fazia, em um trecho de seu texto, a seguinte reflexão:

Como é possível que, diante de tanto descalabro moral, as pessoas votem em consolidar uma situação governamental cujos pecados são expostos sem remorso e até mesmo com júbilo pelos que se consideram vitoriosos de antemão? Não é o próprio presidente quem diz que, afinal, tudo no mundo da política é mesmo sujeira e, portanto, de pouco valem as distinções entre bons e maus? Não foi de longe, de Paris, que, logo no início das denúncias de corrupção, o presidente, instruído por advogados, disse que todos fazem caixa 2, "coisa normal", misturando assim o crime de corrupção dos mensaleiros que receberam dinheiro vindo do Tesouro, por intermédio de cumplicidades administrativas e políticas, para comprar votos no Congresso com o delito dos candidatos que não declaram recursos providos do caixa 2 das empresas?²¹

Na condição de ex-presidente, se colocou acima de qualquer um dos mortais, como o senhor da razão e da moral. Diante de uma situação de um político experiente – e isso não se pode excluir da sua trajetória – FHC se pôs como o arauto da ética pública.

Há muitos anos me refiro a alguns dos personagens principais da cena política dominante no Brasil e seus adutores dizendo que são macunaímicos. Entretanto, servindo-me do conhecido personagem de Mário de Andrade, no fundo estarei quase perdendo os desvios de conduta. Macunaíma é o "herói sem-caráter". Mas, nesse caso, a palavra caráter quase assume seu sentido em espanhol: sem característica, que se adapta facilmente a situações variáveis, mais do que de mau-caráter. Há a ausência do bem e do mal, de ambos, não uma distinção frouxa entre eles. Trata-se, portanto, de uma inclinação ao oportunismo, sem necessariamente implicar transgressão ou mesmo um juízo moral. Bem pensando, talvez fosse melhor buscar nas Memórias de um sargento de milícias recursos para entender a "moral" de alguns entre nossos governantes e de certos intelectuais que os enaltecem, compreendendo-os em um contexto que, sem o negar, ultrapassa o comportamento individual sem-caráter de Macunaíma²².

¹⁹ Dossiê Vedoin mais perto de Lula. **PSDB**, 20/09/2006. Disponível em: <<http://www.psd.org.br/noticias.asp?id=25901>>. Acesso em 21/09/2006.

²⁰ Idem.

²¹ República da malandragem. **PSDB**, 04/09/2006. Disponível em: <<http://www.psd.org.br/artigos.asp?id=3824>>. Acesso em 07/09/2006.

²² Idem.



Neamp

Outro destaque do site durante o processo eleitoral foram as entrevistas. Apesar de poucas, bastante críticas ao governo. Aponta-se aqui a realizada com Luiz Carlos Mendonça de Barros, ex-ministro de FHC e contrário à política econômica do governo. Em trecho da entrevista, Mendonça de Barros afirmava:

Talvez a história venha mostrar que a maior marca do Lula foi ter provocado uma maior divisão na sociedade. É uma divisão absolutamente irracional, que reflete um pouco a falta de coerência política do PT e do Lula. O banqueiro ganha e o sujeito do Bolsa-Família ganha. Ganha o rentista e o sujeito que ganha até dois salários. Mas e o sujeito que está trabalhando? Você pega o salário de um engenheiro recém-formado e vê que ele foi proletarizado. Por quê? Porque não tem demanda. É um momento muito angustiante²³.

E complementava:

Eles estão evoluindo na direção correta, mas muito lentamente. Eles estão com medo de avançar mais na redução dos juros e levar uma bola pelas costas na parte fiscal, que está um "samba do Crioulo Doido". Por isso é que a parte fiscal e a redução mais agressiva dos juros têm de andar juntas. A despesa hoje é uma conta aberta. É a cabeça desse pessoal. Você olha quem está no governo e dá medo. É gente que não sabe contabilidade, que não sabe onde debita e credita. O [Guido] Mantega, por exemplo, é um "mão-mole". O [Antonio] Palocci [ex-Fazenda] era um cara diferente, mas ele se foi²⁴.

As enquetes foram importantes para análise dos sites partidários, mas não se pode mensurar, pelo menos no PSDB, a quantidade de acessos e votantes, apenas o resultado percentual final. Vale destacar algumas:

1) Qual deve ser a prioridade do próximo governo?

Promover crescimento
Criar empregos
Programas sociais
Segurança pública
Combate à corrupção

2) Na sua opinião, por que o presidente-candidato Lula não quer ir aos debates eleitorais na TV?

Medo dos adversários
Vergonha do governo
Não tem explicação
Por opção, mesmo errada
Todas as anteriores

²³ "Lula faz populismo cambial e Mantega é seu puxa-saco". **PSDB**, 14/08/2006. Disponível em: <<http://www.psd.org.br/entrevista.asp?id=3075>>. Acesso em 17/08/2006.

²⁴ Idem.



Neamp

3) Na sua opinião, qual a principal marca do governo Lula?

O mensalão

Os escândalos

Aparelhamento do Estado

Crescimento pífio

Fracasso da política externa

Todas as opções

A falta de interatividade possibilita dizer que um trabalho mais próximo ao leitor/eleitor e até mesmo de discussões de idéias fica limitado. Neste sentido, os sites dos partidos políticos estão mais preocupados em informar e menos debater idéias e propostas partidárias. O mesmo pode se dizer do PSDB. A legenda não abriu o site para a inter-relação com o cidadão.

PT e a divulgação do Governo Lula

O site do Partido dos Trabalhadores (PT)²⁵, possui elementos básicos bem próximos dos demais sites de partidos políticos. O fundo é branco e grande parte de suas letras tem cor vermelha (que representa o partido), sobretudo se observarmos as manchetes principais. Quando não estão em vermelho, trazem a cor preta. No alto, há uma espécie de faixa bem estreita, com referências à Bandeira do Brasil, na qual se observa as cores verde, amarela e azul, e onde há também algumas estrelas.

Logo abaixo, do lado esquerdo da tela, há o símbolo e o nome do partido, seguidos pelas palavras: Diretório Nacional. Há também um *banner* que convida as pessoas a vestirem a camisa do PT e estimula a filiação ao partido. Abaixo do símbolo do PT, há uma série de palavras que abrem *links* para os seguintes temas (na ordem em que aparecem): *Página inicial* (para voltar à página inicial); *Conheça o PT* (com informações sobre diretórios, comissão de ética, conselho fiscal, parlamentares e contato com seus representantes); *Linha do tempo* (especial de 25 anos do PT); *Secretarias* (seguintes secretarias internas do PT); *Notícias* (direciona para página com manchetes de notícias do partido ou da política em geral, separadas por dia e colocadas em ordem cronológica); *Arquivos* (documentos históricos do PT); *Artigos* (espaço para publicação de artigos ou textos mais longos de pessoas ligadas ao

²⁵ www.pt.org.br



Neamp

PT ou de assunto que interessam ao partido); *Ouidoria*; *Fale Conosco*; *Loja do PT*; *Downloads* (logotipo do partido, imagens diversas e ainda *jingles* históricos); *Vídeos* (disponibiliza diversos vídeos do PT, inclusive programas que foram ao ar por meio do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral).

Aqui cabe ressaltar a utilização de recursos que são possíveis através do uso das NTICs e propicia uma possibilidade maior de ligação entre PT e seus militantes e simpatizantes, ao disponibilizar via Internet, os vídeos do HGPE.

Ainda do lado esquerdo da página inicial, abaixo destes *links*, podemos observar mais dois espaços com direcionamento as páginas internas do site: um sobre o GTE (conforme já citado, aparece também no *link* interno das secretarias partidárias) e o outro sobre *Campanha Militante de Arrecadação*. Aqui também se observa o uso de recurso de arrecadação via Internet. Em alguns países, como os EUA, por exemplo, a arrecadação de recursos para campanhas política é cada vez mais presente. Aliás, este recurso foi fortemente utilizado pelo candidato democrata Obama, nas eleições de 2008.

No centro da página, há as notícias mais importantes e recentes. Há a manchete principal em letras vermelhas (as demais estão em letras pretas), abaixo dela, uma foto com o intuito ilustrativo, e do lado direito dessa foto, há outras manchetes. Para ler qualquer uma dessas notícias, basta clicar sobre elas. Seguindo para baixo, há uma lista das últimas notícias, apenas com suas manchetes e o horário de sua publicação.

Do lado direito da página, no alto, há um *link* com foto sobre as *Publicações* do PT. Os arquivos encontram-se no formato pdf. Ainda do lado direito, há um *link* para assistir aos vídeos do partido. Quando acessado, abre uma outra página para visualizar os vídeos e, em seguida, tem-se de realizar um cadastro e receber as informações do boletim eletrônico do partido. Há, ainda, um *link* específico para cadastro de jornalistas.

Por fim, na parte inferior, há outros *links*, disponíveis na forma de logotipo, como por exemplo: *Fome Zero*; *Liderança do Senado*; *Cartas Democráticas* (revista eletrônica da liderança do Senado que visa mostrar com mais cuidado e detalhes as atividades desenvolvidas pelos seus senadores); *Fundação Perseu Abramo*; *Bancada do PT na Câmara*; entre outros.

Ao analisar o site, encontramos os seguintes dados de frequências de temas que apareceram em nossos levantamentos. A maior parte das notícias do site do PT teve origem em informações indiretas (57), ou seja, eram matérias citadas de fontes jornalísticas externas



ao site. As informações diretas foram 32. A maioria das informações tinha um claro posicionamento político (48). Chama a atenção o baixo número de matérias propositivas (5).

Como exemplo de matérias classificadas como Informativas Indiretas, encontram-se artigos publicados em outros meios como, por exemplo, jornais e revistas. Abaixo segue artigo publicado, originalmente na Folha de S.Paulo, e disponibilizado pelo site do PT, escrito pelo jornalista Elio Gaspari, que não é partidário do PT mas, neste momento, fazia uma crítica ao processo de privatização tucana:

Lula exagera mas não mente quando vincula Geraldo Alckmin à privatária que torrou R\$ 200 bilhões do tesouro da Viúva entre 1995 e 2002. Dois lances recentes, ocorridos em São Paulo com o patrimônio da índia Bartira, indicam que os privatas aninharam-se na ekipekonômica que o candidato do PSDB deixou na administração do Estado. Uma, a privatização de 20% do banco Nossa Caixa foi cancelada há duas semanas, na boca da pequena área, pelo governador Cláudio Lembo. Destinava-se a recolher R\$ 1 bilhão no mercado para calafetar contas públicas. A outra aconteceu há quatro meses, com a venda de um pedaço da Cesp. Anomalias típicas da má gestão: queimar propriedades para cobrir buracos. Nas palavras de Noel Rosa: "Vendeste o carro para comprar gasolina" (...) Na privatária paulista ocorreu uma mistura de oportunismo (vender o patrimônio para calafetar contas públicas), astúcia (torrar um pedaço de um banco no lusco-fusco do fim de governo) e onipotência (achar que ninguém estava prestando atenção). Pelo menos na Nossa Caixa, Bartira deve gratidão a Lembo²⁶.

O texto acima é um retrato de como os partidos políticos, além de produzirem o próprio conteúdo, não ficam restritos a estes. Quando eram publicados artigos que eram similares com seus próprios programas partidários, acabavam por utilizá-los, independente de ser um filiado ou simpatizante.

Na tabela a seguir, demonstramos a frequência dos tipos de enquadramentos de notícias que apareceram no site do PT:

Enquadramento	Nº de aparições
Informativo indireto	57
Posicionamento político	48
Informativo direto	32
Opinativa	30

²⁶ Artigo publicado no jornal Folha de S. Paulo, no dia 16/10/06. Texto extraído do site do PT no mesmo dia.

Avaliativa moral	20
Avaliativa crítica	9
Propositiva	6

Na questão do enquadramento, podemos verificar que o site do PT, seguindo uma tendência que também se repete em outros sites, priorizou a publicação de notícias que tinham origem em fontes da mídia em geral (por isso a classificação como *Informativo Indireto*). Em seguida, suas notícias também possuíam um forte posicionamento político, como era de se esperar em uma Eleição que estava fortemente polarizada entre o PT e PSDB, por isso, o posicionamento político. As reportagens opinativas e feitas pelo próprio PT (*Informativa direta*) foram menos frequentes que outras. Cabe destacar, o baixo número de reportagens propositivas e de avaliação crítica, que deveriam ser bem presentes no cenário eleitoral.

No que se refere aos temas, verificamos a seguinte frequência:

Temas	Nº de frequências
Contendas Políticas	96
Campanha Eleitoral	53
Candidatos	34
Social	19
Política Externa	17
Economia e política econômica	16
Infra-estrutura	7
Violência e segurança	5
Ciência, Tecnologia e cultura	5

Como podemos observar pelos dados acima, o uso da Internet no site do PT tratou muito das Contendas Políticas. Como a eleição ocorreu em forte clima de acirramento político este foi a área temática que mais vezes surgiu. Em outras palavras, o site foi utilizado para polarizar (respondendo/atacando) contra as candidaturas adversárias, sobre tudo de Geraldo



Neamp

Alckmin. O segundo tema que mais apareceu foi a campanha propriamente dita, assim como o tema que tratava das candidaturas.

Como parte da contenda política deste ano eleitoral, sobraram muitas acusações sobre o papel da mídia durante o processo eleitoral, ainda mais após as divulgações de fotos de dinheiro que seriam utilizadas para pagar o suposto dossiê contra Serra (candidato a governo do Estado de São Paulo)²⁷. O site do PT fazia questão de mostrar como a mídia tinha uma tendência para o lado do adversário, o PSDB. No dia 18/10/06, o site publica uma notícia com a seguinte manchete: “Mídia tucana: Lula continua tendo maior índice de matérias negativas”. E afirmava:

De acordo com o levantamento [elaborado pelo Observatório Brasileiro de Mídia – OBM], feito durante o período de 7 a 13 de outubro, das 533 abordagens sobre os dois candidatos e o presidente Lula registradas nos jornais Folha de S.Paulo, O Estado de S.Paulo, Correio Braziliense, Jornal do Brasil e O Globo, Lula aparece em 315 (59,1%), das quais 45,1% de forma negativa, contra 27,6% neutras e 27,3% positivas. Nas revistas o desequilíbrio é ainda maior. Segundo a pesquisa do OBM, nas quatro revistas semanais - Veja, IstoÉ, Carta Capital e Época – durante o período de 9 a 11 de outubro, Lula aparece em 10 (41,7%) das 24 abordagens, sendo 70% negativamente, contra apenas 10% abordagens positivas e 20% neutras. A figura de Lula presidente também continua tendo maior índice de exposição negativa. Nos jornais, segundo a pesquisa, o presidente aparece em 15 (2,8%) do total de abordagens, sendo que destas 73,3% negativas, 20% neutras e apenas 6,7% positivas. Nas revistas, o presidente é citado em 6 (25%) das abordagens, das quais 50% negativas, 33,3% neutras e 16,7% positivas²⁸.

Como podemos perceber, as contendas políticas eram levadas a outras arenas, além da tradicional esfera de partidos. Cabe lembrar que o PT, há algum tempo se julga perseguido pela grande mídia no Brasil, sobretudo pós eleição de Lula em 2002. Assim como as rugas entre PT e PSDB continuam cada vez mais presentes no cenário político brasileiro. Recentemente o site do PT rebateu críticas que o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso fez ao Lula e a crise atual.

Ainda pela tabela acima vimos que as temáticas mais voltadas para proposições de campanha e planos de governo, apareceram com bem menos destaques que os temas das eleições (os 3 primeiros). Sobre estes temas o que prevaleceu foi o Social, 19 vezes, devido ao forte empenho do governo Lula nesta área. O subtema Política Externa apareceu em 17 oportunidades, sendo mais uma vez o site de partido político que mais publicou nesta área,

²⁷ Para saber mais: PENTEADO, SANTOS, ARAÚJO (2007), Novos atores e espaços políticos na Era da Informação: o papel dos blogs de política. Trabalho apresentado no XIII Congresso Brasileiro de Sociologia, UFPE, Recife.

²⁸ Mídia tucana: Lula continua tendo maior índice de matérias negativas, site do PT, 18/10/06. Acesso em: 20/10/06.



Neamp

talvez porque a política externa na primeira gestão do governo Lula tenha sido muito elogiada. Outro tema recorrente foi sobre aspectos econômicos do País. Enquanto outras questões significativas do campo político, no que se refere a questões de infra-estrutura, cultura e ciência & tecnologia tenham tido pouca consideração.

O que chama pouca atenção foi o número reduzido de vezes que o tema Violência e Segurança apareceram, uma vez que estas são algumas das principais preocupações dos brasileiros. Mais ainda, naquele ano haviam ocorrido os ataques do PCC, no Estado de São Paulo, que era conduzido pelo PSDB (principal adversário naquela disputa eleitoral), cujo candidato – Geraldo Alckmin – havia participado de sua governação por 12 anos (enquanto vice-governador e governador) e cuja responsabilidade no episódio não poderia ser negligenciada.

Pode-se afirmar que o site do PT tem a função de divulgar o partido e suas idéias e valores. Além disso, destacamos como alterações mais significativas no momento eleitoral, disponibilização de recursos como a possibilidade de produzir material de campanha a partir do site, formar novas filiações e arrecadação de dinheiro. E também na divulgação das agendas dos candidatos como também ocorreram em outros sites partidários.

PMDB, sempre madrinha, nunca a noiva²⁹

Embora sintonizado com a tendência do uso das novas tecnologias na ação política, o uso que o PMDB fez de seu site na campanha eleitoral de 2006³⁰ foi bastante limitado, em parte por refletir a própria postura do partido naquele pleito, isto é, não lançar candidato próprio nem apoiar diretamente nenhum candidato à sucessão presidencial. Toda a articulação do partido se deu em esfera regional, através de uma variada gama de coligações, visando as vagas de governador, vice-governador e senador.

Na campanha eleitoral de 2006, o site do PMDB apresentou-se com a 9 links, dispostos na barra de ferramentas: *Estatuto; Código de Ética; Programa; História; Quem é quem; Idéias e Propostas; Notícias; Órgãos Partidários e Contato.*

Havia também os seguintes links, dispostos na primeira página (*home page*): *Números do PMDB no país; Artigos; Galeria de fotos; Jornal do partido; Material para campanha;*

²⁹ A análise do site do PMDB contou com apoio do pesquisador Arnaldo Cardoso que durante a pesquisa acompanhou e coletou as informações sobre este site.

³⁰ www.pmdb.org.br



Neamp

Núcleos do partido; Eleições 2006 (onde apareciam as coligações estaduais do partido) e *Busca no site* (serviço de busca por palavra-chave).

O site do PMDB tinha por principais características positivas a clareza e a funcionalidade, com acesso rápido aos conteúdos, a maioria disponibilizados em linguagem html e, alguns, em pdf. A principal característica negativa referia-se à falta de atualizações, perdurando semanas sem qualquer inclusão de novos materiais. O que pode ser considerado como um dado negativo pois a lógica de uso das NTICs implica uma certa instantaneidade na atualização de notícias e velocidade na divulgação de fatos noticiosos. Talvez, esta falta de atualização, estivesse ligada ao fato de não estar envolvido diretamente no pleito presidencial.

Na seqüência dos *links* mais convencionais, como *Estatuto, Código de ética e Programa*, estava o de *História*, disponibilizado em formato pdf, que trata de informações importantes sobre a trajetória do partido, de sua fundação, em dezembro de 1965, como MDB (batizado por Tancredo Neves numa queda de braço com Ulisses Guimarães) em oposição a Arena, até sua transformação em PMDB diante dos desafios da democratização.

No *link Idéias e propostas* eram encontrados artigos e entrevistas de parlamentares do partido – Anthony Garotinho, Pedro Simon, Germano Rigotto, entre outros –, publicados originalmente em jornais e revistas nacionais (*Folha de S.Paulo, O Estado de S.Paulo, Jornal do Brasil, IstoÉ*), bem como a transcrição de entrevistas concedidas a canais de televisão, em programas como Roda Viva e Canal Livre. Cabe lembrar que todos os citados acima são figuras internas do próprio PMDB, não há ninguém exterior ao partido.

Exemplos deste link, pode ser verificado na fala de Pedro Simon, eminente senador do PMDB, reproduzida pelo site, que cobrava do STF o julgamento de processos contra os políticos:

O senador Pedro Simon (PMDB-RS) fez hoje um apelo ao Supremo Tribunal Federal (STF), pedindo que julgue os processos contra políticos acusados de crimes diversos. “O tribunal não pode deixar na gaveta os processos que se arrastam por anos sem solução, tem que julgar ou arquivar”, afirmou o senador, que juntamente com outros senadores é autor de uma lei que está em vigor e impõe limites à imunidade parlamentar. Conforme a emenda constitucional que teve origem no Senado, o parlamentar agora está protegido pela imunidade apenas para atos referentes ao voto, à palavra e opiniões emitidas, ficando de fora os crimes comuns. Simon destacou que “estão na gaveta do Supremo”, processos contra os 40 políticos, chefes partidários, ministros e empresários, denunciados pelo Procurador-Geral da República e na CPI dos Correios; além de outros casos mais antigos, como o que envolve o atual presidente do Banco Central Henrique Meirelles, acusado por crimes financeiros; e o do ex-presidente do

Senado Jader Barbalho, denunciado por corrupção na ex-Sudam. Simon



Neamp

acrescentou que “é difícil compreender essa posição do Supremo”³¹.

Como se sabe, atualmente ainda há um clamor público contra determinados privilégios que goza a classe política brasileira. E o senador Pedro Simon pedia o fim (ou ao menos) a diminuição destas prerrogativas.

Na *Galeria de fotos* encontravam-se fotografias de personalidades e de eventos do partido. Os *Núcleos do PMDB* disponibilizavam informações sobre os temas: Juventude PMDB, PMDB Mulher e PMDB Sindical, expressando a preocupação do partido em dar espaço a diferentes segmentos do eleitorado. O *Jornal do Partido* apresentava apenas as duas primeiras edições.

O *link Material de campanha*, com o logotipo do partido, podia ser acessado e impresso, facilitando a logística dos diretórios com a circulação de material de campanha, o que deve ter representado redução de custos para o partido. Cabe aqui lembrar que a legislação eleitoral deste ano autorizava que pessoas pudessem criar seu próprio material de divulgação partidária. Por isto, a possibilidade de downloads destes materiais. Aliás, esta possibilidade também foi utilizada por outros partidos como o PT, por exemplo.

Em *Eleições 2006* havia informações sobre as coligações do partido em esfera estadual, permitindo apreender o mais eloqüente retrato da atuação do partido naquele pleito, expressando sua percepção e estratégia de poder. Na seqüência reproduzimos a algumas das coligações do PMDB, em julho de 2006, por Estado, para os cargos de governador, vice-governador e senador, respectivamente: Acre (PPS, PMDB, PDT), Ceará (PSB, PT, PC do B), Mato Grosso do Sul (PMDB, PFL, PSDB), Sergipe (PT, PSB, PT). Pode-se notar quão amplo eram as coligações do PMDB no espectro ideológico dos partidos políticos brasileiros.

Essas candidaturas eram reforçadas no site do PMDB que buscava sempre que possível, divulgá-las ao leitor/eleitor. Abaixo reproduzimos uma notícia publicada no site do PMDB, ao cobrir a tentativa de re-eleição do governador do Rio Grande do Sul, Germano Rigotto:

“Irei para o debate eleitoral com muita segurança. Será o momento de mostrar o trabalho que realizamos. E mais do que isso: dizer que fizemos o máximo que era possível fazer dentro das condições que tínhamos”. A afirmação foi feita pelo governador Germano Rigotto na noite desta segunda-feira, 10, no encontro da coordenadoria do PMDB da região Carbonífera. Ao discursar por mais de uma hora para cerca de 400 pessoas no Guaíba Country Clube, em Eldorado do Sul, o governador voltou a defender a sua política de desenvolvimento. Falou também sobre os investimentos nas áreas de educação e saúde, enfatizando o programa

³¹ Notícia publicada no site do PMDB em 11/07/06. Acesso em: 13/07/06.



Neamp

Primeira Infância Melhor, que atendeu em três anos e meio 54 mil crianças de zero a seis anos de 221 municípios gaúchos³².

Na visão e estratégia de poder do PMDB nas eleições de 2006, não era importante ter candidato próprio para a Presidência da República, mas sim manter-se como poder no jogo político nacional, independente de quem fosse o vitorioso no pleito de 2006; e seu site expressava isso, mantendo o partido um tanto distante do calor dos grandes embates que envolveram os dois principais contendores na campanha eleitoral de 2006. Na verdade, o PMDB, tinha interesse em continuar governo, independentemente do eleito. Por isso o racha no PMDB cujos filiados apoiavam os candidatos a Presidente de acordo com seus interesses locais.

PSB na linha de frente com Lula³³

O site do Partido Socialista Brasileiro (PSB), no período eleitoral de 2006, não sofreu modificações significativas em função das campanhas. Sua estrutura manteve-se a mesma, e o teor de seu conteúdo permaneceu muito próximo ao período precedente. De forma geral, o site cumpre a função de divulgação do partido, dando conta de sua história, seus principais representantes e suas idéias, apostando no carisma ideológico como fonte de ampliação de seus quadros.

O site, de endereço www.psbnacional.com.br, na época da campanha eleitoral, apresentava fundo branco em sua página principal e uma coluna em vermelho à esquerda, em destaque, contendo as informações institucionais, *links* para sites governamentais vinculados ao partido e para instituições de interesse, além de biblioteca contendo material de divulgação do partido, textos diversos, imagens e publicações. Mais abaixo, à esquerda, havia espaço para efetuar *login* e acessar conteúdo restrito.

Na coluna da direita, logo abaixo do *banner* principal de fundo vermelho, que continha a sigla e o nome do partido, o logotipo e um *link* para o “Amaral na presidência” (que comentava o licenciamento do presidente do partido, Eduardo Campos, e anunciava o exercício do vice-presidente Roberto Amaral), há uma animação com quatro fotografias em

³² Notícia publicada no site do PMDB em 11/07/06. Acesso em: 13/07/06.

³³ A análise do site do PSB contou com apoio do pesquisador Rafael Araújo que durante a pesquisa acompanhou e coletou as informações sobre este site.



Neamp

preto e branco, intercaladas com a frase “Conheça os 4 homens que mudaram o rumo do socialismo no Brasil”.

Ao clicar na animação, abria-se uma página com fotos e resumos biográficos de Miguel Arraes, Antônio Houaiss, João Mangabeira e Jamil Haddad. Abaixo de cada resumo, havia um *link* para o internauta que se interessasse por mais informações. Abaixo das fotos, ainda na coluna da direita, havia uma série de *links* organizados em fundo cinza claro: Juventude socialista, Secretaria de mulheres, Fundação João Mangabeira, SSB, Instituto Miguel Arraes, vídeos de eventos do PSB, fóruns do PSB e espaço cultural. Depois, ainda nessa coluna, havia uma enquete sobre algum assunto da atualidade, com espaço para votar e *link* para visualizar os resultados parciais.

Por fim, havia um espaço para o internauta digitar seu nome e e-mail para receber informativos do site.

Ao centro, havia um espaço para notícias *on-line* e uma foto ilustrativa e a possibilidade de acessar outras notícias clicando em um *link*. Abaixo, a coluna central dividia-se em duas: uma para artigos, onde eram dispostos os títulos dos textos com *link* de acesso, e outra para agenda, com data e resumo do evento.

Depois, havia um mapa do Brasil, com as divisões de estados: ao passar o cursor por ele, os estados eram destacados em vermelho e, ao clicar no mesmo local, apareciam as informações para contato com o Diretório Estadual. Havia também um *link* para a lista dos Diretórios Municipais. Logo abaixo do mapa, encontrava-se uma lista de *links* para programas do governo federal, o que sinalizava o apoio do partido a esses programas e o fato de pertencer à base aliada do governo. Por fim, havia um *banner* amarelo com endereço completo e telefones da sede do partido.

Na coluna de maior destaque, a da esquerda, as primeiras informações eram institucionais, com os nomes das pessoas que ocupam funções no partido: presidente, vice-presidente, executiva nacional, Diretório Nacional, Diretórios Municipais, Conselho Fiscal e Conselho de Ética. No mesmo espaço há *link* para o código de ética do partido, manifesto, estatuto, regimento interno e histórico, além de uma galeria com a trajetória biográfica de alguns nomes importantes homenageados pelo partido, e que fizeram parte de seus quadros, e artigos do vice-presidente Roberto Amaral. Depois, a coluna trazia *links* para os representantes do partido que ocupam cargos no Poder Executivo e no Poder Legislativo.

A segunda parte da mesma coluna, intitulada Biblioteca, oferecia *link* para fotografias, material de divulgação do partido, sites de interesse, além de um amplo conteúdo em textos,



Neamp

desde notas oficiais, publicações disponíveis para *download*, entrevistas e artigos, a um espaço em que constavam artigos resultantes de um grupo de estudos sobre economia brasileira.

Vale dizer que os artigos que figuravam na biblioteca do site eram, em sua maioria, a respeito de questões ideológicas referentes neoliberalismo e globalização, idéias socialistas e problemas causados pelo capitalismo, como a questão energética, as privatizações, a Alca e a economia. Alguns textos faziam menção ao governo e à realidade brasileira, mas, de forma geral, as reflexões eram genéricas, não assumindo uma conotação pontual.

Como exemplo, veja-se o texto sobre a atuação de Washington:

“No que tange às questões sociais e aos direitos humanos, Washington nunca ratificou os textos da ONU, nem a Convenção dos Direitos da Criança (1989), o acordo sobre os direitos econômicos, sociais e culturais (1966), a Convenção sobre a eliminação de qualquer forma de discriminação contra as mulheres (1979) e tampouco o protocolo de 1989 que completava o acordo para impedir a execução de menores – ainda praticada nos Estados Unidos, na Arábia Saudita, no Irã, na Nigéria e na República do Congo. Além disso, em matéria de produção de armas químicas e biológicas, os Estados Unidos não reconhecem os mecanismos de controle previstos pelo protocolo de 1995, no âmbito da Convenção de 1971.”³⁴

Sobre a Guerra do Iraque, a postura dos EUA foi abordada em diversos textos, como exemplifica o trecho que segue:

“Não é de hoje, portanto, que os Estados Unidos olham com especial atenção para o Oriente Médio. A influência de Washington na região começou a crescer a partir do final da Segunda Guerra Mundial, em substituição aos ingleses e franceses, que dominaram o Golfo depois do fim do Império Otomano (turcos), em 1917.”³⁵

Mas é no espaço destinado às notícias que a maior parte dos textos do site são publicados. De forma geral, os textos abordavam questões da agenda política do governo, mas sem se comprometer com uma periodicidade ou tecer respostas às críticas da grande mídia ao governo federal ou a membros do partido. Os textos encontrados abordavam medidas governamentais e procuravam mapear a forma como o mandato do presidente Lula podia reverter algumas das situações sociais e econômicas, segundo a postura dos articulistas, gestadas ao longo dos oito anos do governo anterior.

No que diz respeito à amostra selecionada para a análise, o site do PSB apresentou apenas um texto a respeito de campanha eleitoral, cujo enquadramento foi o Informativo

³⁴ Artigo publicado no site do PSB. Disponível em www.psbnaional.org.br. Acesso em: 22/07/06.

³⁵ Artigo publicado no site do PSB. Disponível em www.psbnaional.org.br. Acesso em: 22/07/06.



Neamp

indireto. Dessa forma, a cobertura da campanha durante o pleito de 2006 foi bastante limitada nesse partido. Uma hipótese levantada é a de que o PSB centrou seus esforços nas eleições locais, preocupando-se com o fortalecimento do partido.

Os espaços do site destinados a trazer informações sobre os cargos ocupados no Poder Executivo e Legislativo apontavam para a construção de uma imagem de partido vigoroso, ainda que a quantidade desses cargos ainda fosse muito pequena se comparada a de outros partidos maiores. Ao visitante do site, a lista de nomes apresentada, sem parâmetro de comparação, dava a idéia de um partido pulsante, parte de um governo federal de sucesso e com uma proposta ideológica definida.

Cabe notar que a proposta ideológica discutida em boa parte dos artigos publicados em larga medida contrastava com as medidas econômicas levadas a cabo pelo Planalto. Isso talvez explique a negligência do site em discutir determinados assuntos e posturas do governo, pautados pela mídia tradicional na época e ignorados pelo PSB. A estratégia de fortalecimento do partido durante o período eleitoral também pode ser corroborada pelos espaços destinados à filiação e divulgação de suas bandeiras, valendo-se, para tal, de textos biográficos e fotografias históricas de integrantes do partido, mostrando o PSB como parte viva da política brasileira e, ao mesmo tempo, como partido vinculado às discussões socialistas em outras partes do mundo e em diferentes segmentos sociais.

PFL o “pitbull” agindo em defesa do PSDB

Desde os primeiros momentos em que começamos a analisar a cobertura das eleições de 2006 pela Internet, observou-se que o site do PFL – <http://www.pfl.org.br/>-sempre foi extremamente agressivo e crítico em relação ao governo Lula e à atuação do PT.

O site apresentava várias seções: Artigos, Colunas, Comunicados, Conheça o PFL, Diretórios, Eleições 2006, Fale conosco, Filiação on-line, Legislação, Membros, Notícias, Órgãos partidários, Rádio 25, Tribuna e TV PFL.

Os artigos eram pouco diversificados, englobando dois parlamentares do PFL: Ronaldo Caiado e Eduardo Sciarra. O colunista Antônio Paim, filósofo e especialista em estudos do pensamento político brasileiro é autor de vários artigos.

No momento da análise, a direção do partido informava que o site estava sendo modificado, visando atender melhor aos seus militantes, conforme a seguinte afirmação: “A



Neamp

página virtual de um partido político não pertence ao Partido, mas sim aos seus usuários. Queremos contar com a participação e a colaboração de todos os nossos militantes e simpatizantes. E vamos tentar oferecer a todos que nos visitam o que temos de melhor”.

A página abria espaço para a manifestação dos internautas e enviava mala direta, com informações selecionadas pelo PFL, mediante cadastro feito pelo internauta.

A história do PFL, seus estatutos e documentos encontram-se disponibilizados para que fossem consultados.

O ponto forte do site do PFL era a propaganda eleitoral disponibilizada, inclusive, para se fazer *download*. A campanha foi pautada para combater a candidatura Lula e, ao denunciar os escândalos de corrupção envolvendo seus ministros e amigos de partido, ressaltavam que "Corrupção e incompetência. Ninguém merece!" Os vídeos de campanha eram muito bem feitos e bem-humorados, apesar do tom extremamente crítico e mordaz.

Deve-se lembrar que o momento em que o site do PFL foi analisado era o da eclosão dos escândalos e da deflagração de CPIs (Comissões Parlamentares de Inquérito) criadas para averiguar os casos de corrupção envolvendo as principais lideranças políticas do PT, desde o presidente do partido, José Genoíno, até o Chefe da Casa Civil, José Dirceu.

Naquele momento havia um incentivo para que os eleitores se filiassem ao PFL. A ficha de filiação era simples e o partido esclarecia que não solicitava dízimos e tributos a seus filiados. O então senador Jorge Bornhausen era o presidente do PFL.

PFL – temas e enquadramentos

Tabela 1 – Frequência do cruzamento entre as categorias Temas e sites

PFL	
Economia e política econômica	6
Infra-estrutura	
Social	1
Violência e segurança	
Ciência, tecnologia e cultura	1
Campanha eleitoral	25
Candidatos	10
Contendas políticas	45

Política externa	
Outros	3
Total	91

Os temas que predominaram no PFL foram os relacionados à campanha eleitoral, candidatos e, principalmente, contendas políticas. O partido não estava ‘brincando’, pois em todas as oportunidades chamava a atenção para as denúncias feitas ao PT, ao Lula, já que vivenciávamos uma conjuntura política marcada por revelações de casos de corrupção envolvendo os principais dirigentes do governo Lula e do Partido dos Trabalhadores. A aliança política estabelecida com o PSDB manifestava-se em todos os assuntos tratados no site. O PFL era o “pitbull” que atacava e denunciava os adversários políticos do PSDB.

Antonio Paim, em um artigo intitulado “As origens do PT”³⁶ afirma:

“Nesta campanha eleitoral não podemos perder de vista as origens do PT, sem o que torna-se incompreensível tanto a roubalheira que marcou o seu governo como os riscos que representam a reeleição, que pode fazer com que se sinta livre para aderir de vez ao projeto de Chávez”.

Tabela 2 – Frequência do site do PFL pelos enquadramentos

Avaliativa crítica	10
Avaliativa moral	38
Informativo direto	14
Posicionamento político	42
Propositiva	8
Opinativa	12
Informativo indireto	50
Total	174

Com relação ao enquadramento das matérias (os enquadramentos não são excludentes), observa-se que a avaliação moral – 38 casos -, o posicionamento político – 42 casos -, e o informativo indireto – 50 casos – é que predominaram no site e não poderia ser de outro jeito, pois a disputa política num período eleitoral provoca a radicalização das posições políticas e o uso de depoimentos e entrevistas de terceiros sobre determinados assuntos, para ampliar a credibilidade de certos posicionamentos políticos.

³⁶ Acesso ao site <http://www.pfl.org.br/> em 21/07/06.



Neamp

Num artigo intitulado “Os riscos da reeleição”³⁷, Antonio Paim novamente desqualifica o PT e afirma o papel do PFL neste processo eleitoral:

“A participação do PFL na campanha eleitoral, como não poderia deixar de ser, estará naturalmente centrada na capacidade da coligação, de que participamos, de reverter o quadro sombrio que o governo petista fez desabar sobre o país. Sendo vencedora, a nossa presença assegura que na pauta de entendimento, com as forças que integrarão o governo, estejam as questões centrais: reforma política; retomada do projeto de modernização do Estado e novo modelo econômico”.

Uma notícia divulgada pelo site do PFL e com o título “Bornhausen: nada há para comemorar nos 1.300 dias de governo”³⁸ expressa a crítica ao PT e ao governo Lula:

“Na próxima segunda-feira, o mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva completa 1.300 dias de governo. E para o senador Jorge Bornhausen (SC), não há nada o que comemorar, só a lamentar.

“A única esperança é que falta pouco tempo para acabar esse desgoverno de Lula e do PT e termos nas urnas uma vitória da democracia e do povo brasileiro”, disse o presidente nacional do PFL, em duro pronunciamento feito no início da tarde desta quarta-feira (19), na tribuna do Senado”.

PFL e enquetes

As enquetes proliferam no espaço virtual. Todos querem saber o internauta pensa e todos abrem seu espaço no site para que os frequentadores expressem sua opinião sobre determinadas temáticas e questões. No caso dos sites políticos, as enquetes foram exaustivamente utilizadas e sem objetividade e imparcialidade. A formulação das perguntas já induzia a que os internautas respondessem de acordo com o posicionamento político do Partido.

O PFL foi o que mais fez uso desta prática política. As enquetes eram semanais e envolviam questões que haviam surgido naquele período eleitoral.

No dia 05 de julho de 2006, a enquete foi em cima do Governo Lula e a corrupção:

→ Em vez de “pai dos pobres”, Lula é “pai da corrupção”, disse o presidente do PFL. E, para você, Lula é “pai”...

1. Do Lulinha, que saiu do nada e ficou milionário com o pai no governo – 63,8% ;
2. Dos quadrilheiros e dos mensaleiros, que seguem impunes – 23,0%;
3. Dos banqueiros, cujos lucros bateram recorde graças a Lula – 13,0% .

Total de 45.573 votos.

³⁷ Acesso ao site <http://www.pfl.org.br/> em 14/07/06.

³⁸ Acesso ao site <http://www.pfl.org.br/> em 19/07/06



Neamp

No dia 19 de julho de 2006 a pergunta se referia à possível aliança entre o PT e o PCC (Primeiro Comando da Capital):

→ Líderes do PFL e do PSDB desconfiam de elo entre parcela do PT e o PCC. Para você: 1.

Estão certos porque integrantes do PT vivem no submundo da corrupção - 97,2%;

2. Faz sentido porque o Procurador-Geral usou a expressão organização criminosa para se referir a petistas do governo - 0,82%;

3. o elo é Jilmar Tatto, da Executiva do PT paulista, processado por favorecer perueiros do PCC - 1,97%.

Total de 6.325 votos.

No dia 27/07/06 a questão da enquete era a seguinte:

→ Se você fosse jurado, depois do mensalão e do cuecão, que punição daria a Lula e aos mensaleiros?

1. Mandava óleo de peroba para lustrar a cara-de-pau de Lula e dos corruptos - 0,54%;

2. Recomendava a todos a leitura imediata de manuais de ética política - 22,7%;

3. Não daria a reeleição a Lula e nem votava no PT de jeito nenhum - 76,6%.

Total de 11.352 votos.

As enquetes do site do PFL são dirigidas aos seus militantes, pois as questões e as alternativas de respostas estão direcionadas às suas posições políticas. Neste sentido é que se pode afirmar que o site do PFL atendeu aos requisitos de se prestar a ser o contraponto e o escudeiro do PSDB.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. El poder tiene miedo de Internet. El País, 06.01.2008.

CHAIA, Vera. Internet e eleições na Espanha. Observatório da Imprensa, ano 13, nº 472, fevereiro 2008. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=472EN0002>>. Acesso em: 07 dez. 2008.

DADER, José Luis. Ciberdemocracia y ciberparlamento. Revista Telos, Abril-Junio 2003, Nº55. Disponível em: <http://www.campusred.net/telos/articuloexperiencia.asp?idarticulo=1&rev=55>>. Acesso em: 03 dez. 2008.

LANDTSHEER, Christ'l de, KRASNOBOKA, Natalya, NEUNER, Conny. La facilidad de utilización de los "web sites" de partidos políticos. Cuadernos de información y comunicación. Universidad Complutense, 2000.



Neamp

MACEDO, Ari. A comunicação entre o cidadão e o político. Observatório da Imprensa, ano 13, nº 424, março 2007. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=424ENO001>>. Acesso em: 02 dez. 2008.

MORAES, Dênis de. Ciberespaço e mutações comunicacionais. Sala de Prensa, año IV, vol. 2, junio 2002. Disponível em: <<http://www.saladeprensa.org/art370.htm>>. Acesso em: 05 dez. 2008.

PENTEADO, SANTOS, ARAÚJO (2007), Novos atores e espaços políticos na Era da Informação: o papel dos blogs de política. Trabalho apresentado no XIII Congresso Brasileiro de Sociologia, UFPE, Recife.