HAL open science

Das massas às redes: comunicação e mobilização política

Julio Cesar Lemes de Castro

To cite this version:

Julio Cesar Lemes de Castro. Das massas às redes: comunicação e mobilização política. In: JESUS, E.; TRINDADE, E.; JANOTTI, J.; ROXO, M. (orgs.). Reinvenção comunicacional da política: modos de habitar e desabitar o século XXI. Salvador (BA): EDUFBA/Brasília (DF): Compós, pp.149-166, 2016, 978-85-2321-483-8. hal-03226020

HAL Id: hal-03226020

https://hal.science/hal-03226020v1

Submitted on 18 May 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

CASTRO, J. C. L. Das massas às redes: comunicação e mobilização política. In: JESUS, Eduardo; TRINDADE, Eneus; JANOTTI, Jeder; ROXO, Marcos (orgs.). **Reinvenção comunicacional da política**: modos de habitar e desabitar o século XXI. Salvador (BA), EDUFBA/Brasília (DF): Compós, 2016. p. 149-166.

Das massas às redes: comunicação e mobilização política

Julio Cesar Lemes de Castro

Introdução

Analisando as mudanças nas lógicas econômica, de regime de poder e comunicacional, não é difícil constatar que, na passagem da sociedade moderna para a sociedade contemporânea, as massas dão lugar às redes como modelo prevalente de organização social. De acordo com Freud, os sujeitos que compõem a massa identificam-se entre si em torno da adesão a um líder, e essa identificação canaliza a libido, que dá coesão à massa. O que ocorre nas redes é a tendência à multiplicação de lideranças e de identificações e, portanto, à dispersão dos laços libidinais. No caso dos processos de mobilização política, eles são enormemente facilitados pela articulação em rede, apoiada nas novas tecnologias. Em contrapartida, o caráter fragmentado desses movimentos restringe a eficácia de sua intervenção nos quadros da política institucional. Experiências partidárias recentes, influenciadas pelas reflexões de Laclau e Mouffe, buscam superar as limitações da organização em rede por intermédio de formas flexíveis de unificação, embora estas tampouco estejam imunes a problemas.

Da era das massas à era das redes

A ascensão das massas, um processo característico da modernidade, pode ser relacionada a três diferentes lógicas: a econômica, a do regime de poder e a comunicacional.

Como um fenômeno "vinculado de modo específico com as grandes cidades"[1] (ADORNO; HORKHEIMER, 1969, p. 76, tradução nossa), as massas derivam do capitalismo comercial e mais tarde da Revolução Industrial, os quais são acompanhados por ondas de urbanização que levam à aglomeração crescente da população nas cidades e, sobretudo, nas metrópoles. A evolução dos processos de produção envolve a concentração dos operários nas fábricas, que, ao facilitar

1 "vinculado de modo específico a las grandes ciudades".

a divisão e integração das tarefas, concorre para a expansão da produtividade. "Não se trata aqui apenas do aumento da força produtiva individual mediante a cooperação, senão da criação de uma força produtiva que deve ser em si e por si força de massa".[2] (MARX, 1962, p. 345, tradução nossa) A energia das massas também instiga o consumo, conforme comenta Benjamin (1991, p. 559, tradução nossa), a propósito da Paris do Segundo Império: "O mesmo efeito aufere a mercadoria, por sua vez, da multidão inebriante que a circunda. A massificação de clientes, que efetivamente constitui o mercado que transforma a mercadoria em mercadoria, aumenta seu encanto para o comprador médio".[3] No século XX, o avanço na racionalização dos processos produtivos, com base na estandardização de componentes, na otimização de tarefas (a administração científica de Frederick Taylor) e na automação (a linha de montagem de Henry Ford), possibilita a fabricação em massa de itens a custo reduzido, contribuindo para que a produção de bens de consumo ganhe espaço em relação à de bens de capital. No contexto da regulação fordista (AGLIETTA, 2001) e das políticas econômicas keynesianas, que atingem seu apogeu nas duas décadas e meia após a Segunda Guerra Mundial, o aumento dos salários e dos direitos trabalhistas e sociais garantem a ampliação do poder aquisitivo dos trabalhadores e estimulam a demanda, favorecida também pela disseminação do crédito. Produção em massa e consumo em massa fornecem, assim, um paradigma de organização social.

O regime disciplinar que distingue a sociedade moderna (FOUCAULT, 1993; GORSKI, 2003) tem como referência as massas, sobre as quais ele é exercido. Em tal regime, elas são distribuídas em espaços fechados, cercados por barreiras que os delimitam e os separam do exterior: as fábricas, as escolas, os quartéis, os hospitais, as prisões. O confinamento facilita a vigilância, que opera de maneira particularmente eficiente nas instituições que se aproximam do modelo de organização espacial representado pelo panóptico de Bentham. Nessas instituições, os indivíduos, na ausência de informações que lhes permitam saber quando e por quem estão sendo observados, acabam por internalizar o escrutínio. Ademais, o poder disciplinar atua por meio de normas de conduta, que regulam, por exemplo, os movimentos corporais e têm seu cumprimento garantido pela imposição de sanções. As normas são naturalizadas por força da repetição de exercícios e da

2 "Es handelt sich hier nicht nur um Erhöhung der individuellen Produktivkraft durch die Kooperation, sondern um die Schöpfung einer Produktivkraft, die an und für sich Massenkraft sein muß".

3 "Den gleichen Effekt gewinnt ihrerseits die Ware der sie berauschenden, sie umrauschenden Menge ab. Die Massierung der Kunden, die den Markt, der die Ware zur Ware macht, eigentlich bildet, steigert deren Charme für den Durchschnittskäufer".

multiplicação do exemplo proporcionado pelos demais. O resultado é a constituição de massas de indivíduos com comportamento homogêneo.

O desenvolvimento das tecnologias de comunicação, mormente a imprensa, o rádio e a televisão – que Flusser (1998, p. 27-29) classifica entre as variantes do que ele chama de "*Amphitheaterdiskurse*" –, também provê ferramentas para a formação das massas. McLuhan (1994, p. 107, tradução nossa) afirma que "o poder da palavra impressa de criar o homem social homogeneizado cresceu constantemente até nossos dias, criando o paradoxo da 'mente de massa' e o militarismo de massa dos exércitos de cidadãos".[4] Anderson (1991) mostra que as nações modernas emergem como "comunidades imaginadas", na medida em que a cultura impressa permite que suas populações se identifiquem com referências compartilhadas. No final do século XIX, o suporte financeiro propiciado pela publicidade e a elevação das tiragens aprofundam a penetração da imprensa. Emergindo numa era de expansão da sociedade de consumo, o rádio e a televisão integram-se rapidamente a sua dinâmica, como setores do que Adorno e Horkheimer designam como "indústria cultural", termo que conota certa estandardização de produtos e audiências, característica da cultura de massas em meados do século XX. Contribuições importantes para a criação de mercados de massas advêm ainda da propaganda, do *marketing* e das relações públicas, que se valem dos diversos tipos de veículos.

Em comum nas lógicas modernas do capitalismo, da disciplina e da comunicação de massas aparece a tentativa de administrar concomitantemente as massas e os indivíduos que as compõem. Ou seja, trata-se de um poder "massificador e individualizador"[5] (DELEUZE, 2003, p. 243, tradução nossa), atuando em concerto em duas frentes. Submetida ao olhar centralizado do panóptico, "a multidão, uma massa compacta, lugar de múltiplas trocas, individualidades que se fundem, efeito coletivo, é abolida em prol de uma coleção de individualidades separadas".[6] (FOUCAULT, 1993, p. 234, tradução nossa) Constituídas simetricamente pela convergência de seus olhares em direção a um ponto, as audiências midiáticas têm caráter virtual, pois seus membros são atingidos um a um, não se agrupando no mesmo espaço. Nelas, "o caráter de massas não se expressa mais na reunião física, mas na participação em programas de meios de comunicação de massas". (SLOTERDIJK, 2002, p. 20) No panóptico temos o paradigma da produção em

4 "the power of the printed word to create the homogenized social man grew steadily until our time, creating the paradox of the 'mass mind' and the mass militarism of citizen armies".

5 "massifiant et individuant".

6 "La foule, masse compacte, lieu d'échanges multiples, individualités qui se fondent, effet collectif, est abolie au profit d'une collection d'individualités séparées."

massa, na televisão o paradigma do consumo em massa, que se articulam no fordismo. Se nesses contextos os indivíduos são produzidos separadamente, o molde utilizado é único: trata-se de uma individualização homogeneizadora, que desemboca numa "multidão solitária", para usar a expressão de Riesman (2001).

Nas últimas décadas, mudanças substanciais afetam as três lógicas associadas à ascensão das massas modernas. Como resultado, a organização hierárquica e homogênea das massas tende a ser superada pela organização descentralizada e heterogênea das redes. Passamos a viver no que Castells (2000) denomina "sociedade em rede".

No âmbito do pós-fordismo, a produção e o consumo em massa dão lugar à produção e ao consumo flexíveis. Fenômenos como o deslocamento de mão de obra do setor industrial para o setor de serviços, a redistribuição espacial das cadeias produtivas (inclusive em escala internacional), a terceirização, a flexibilização dos horários de trabalho, o trabalho a distância, a rotatividade e a informalidade levam à dispersão da força de trabalho. Nas corporações, os novos arranjos organizacionais dão-se a partir da "metáfora da rede".[7] (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 1999, p. 131, tradução nossa) No mundo do consumo, as mercadorias diversificam-se e os apelos de *marketing* para promovê-las passam a enfatizar a diferença em vez da conformidade, de maneira que o mercado de massas se pulveriza em nichos. (CASTRO, 2014) Políticas econômicas neoliberais exacerbam as desigualdades sociais e, por conseguinte, a segmentação das massas em camadas de diferente poder aquisitivo. Valoriza-se o investimento em identidades fluidas, que se desdobram em modalidades mais fragmentadas de sociabilidade, posto que cada indivíduo se enquadra a um só tempo numa pluralidade de comunidades distintas de interesses e estilos de vida.

A transição da sociedade disciplinar analisada por Foucault para a sociedade de controle esboçada por Deleuze (2003) aponta para um tipo de poder imanente, distribuído, modular. O controle não se exerce sobre massas confinadas, mas acompanha cada um em ambientes que se entrelaçam, à guisa de "redes flexíveis e flutuantes".[8] (HARDT; NEGRI, 2000, p. 23, tradução nossa) Com isso, a arquitetura do panóptico perde seu poder como metáfora explanatória. Isso se coaduna com reflexões anteriores de Deleuze e Guattari (1980, p. 32, tradução nossa), segundo as quais as realidades sociopolíticas contemporâneas são mais bem compreendidas com o recurso à estrutura do rizoma, "um sistema sem centro, não-hierárquico e

7 "métaphore du réseau".

8 "flexible and fluctuating networks".

não-significante, sem General, sem memória organizadora ou autômato central, definido unicamente por uma circulação de estados".[9] Em contraste com as estruturas arborescentes, o rizoma é uma rede de elementos heterogêneos que se desenvolvem em múltiplas direções.

Na esfera midiática, num primeiro momento, os próprios veículos passam por processos de flexibilização que atenuam de certo modo seu caráter massivo. Recursos interativos que dão ao público maior latitude em suas escolhas, como o controle remoto, induzem maior flutuação da audiência, ao passo que a segmentação dos produtos midiáticos consoante critérios geográficos ou de assunto, na forma, por exemplo, de revistas especializadas ou canais especializados da televisão a cabo, implica o fracionamento da audiência. Mas o fator preponderante aqui, sem dúvida, é o desenvolvimento da internet. Organizada fisicamente como rede desde o início, seu alcance expande-se com a mobilidade proporcionada por dispositivos como celulares e *tablets*. Sobre esse arcabouço físico se erigem plataformas e ambientes que reproduzem a estrutura em rede. É o caso, no período mais recente, de mídias sociais como o Facebook e o Twitter. Um exame dessas mídias mostra uma multiplicidade de focos de atividade. Estudando como os conteúdos e inovações se difundem nelas, é fácil perceber que alguns usuários são mais influentes do que outros, e que mesmo entre eles há diferenças notáveis em termos de impacto.

Nas corporações, os trabalhadores fragmentam-se de acordo com suas tarefas e recombinam-se em diferentes equipes, enquanto no mercado em geral eles se inserem em redes de contatos variadas. Já os consumidores fragmentam-se e recombinam-se em tribos conforme preferências e estilos quanto a diferentes classes de mercadorias (incluindo, naturalmente, as da esfera cultural). Na sociedade de controle, o par indivíduo/massa é dissolvido, na medida em que cada indivíduo se fragmenta em "divíduos",[10] e os divíduos derivados de diferentes indivíduos se recombinam nos bancos de dados e nos mercados. (DELEUZE, 2003, p. 244, tradução nossa) O processo de fragmentação e recombinação é facilitado pela virtualidade das redes constituídas via meios de comunicação, ainda mais acentuada que a virtualidade das audiências televisivas massivas, por conta da maior flexibilidade de sua organização espacial. Em entrevista a Negri, Deleuze (2003, p. 237, tradução e grifo nossos) admite que se trata de "sociedade de controle *ou* de comunicação".[11] Em lugar da "multidão solitária", temos o que poderíamos chamar, com Virilio

9 "un système acentré, non hiérarchique et non signifiant, sans Général, sans mémoire organisatrice ou automate central, uniquement défini par une circulation d'états".

10 "dividuels".

11 "société de contrôle ou de communication".

(1993, p. 32, tradução nossa), de "solidão múltipla",[12] mas indo além da simples equação "um homem = um gueto",[13] visto que cada um se vincula simultaneamente a vários guetos.

Líderes e identificações nas massas e nas redes

O esforço de compreensão do fenômeno das massas modernas leva, no final do século XIX e começo do século XX, ao desenvolvimento da psicologia de massas.

O psicólogo social francês Gustave Le Bon escreve um livro fundamental, *Psicologia das multidões* (*Psychologie des foules*), publicado em 1895. Essa obra vem ao encontro de ansiedades acalentadas na época, logo atraindo leitores bem além dos círculos acadêmicos. "Os destinos das nações não são mais preparados nos conselhos dos príncipes, mas na alma das massas",[14] declara Le Bon. (2010, p. 2, tradução nossa) O problema, de seu ponto de vista, é a natureza irracional da multidão, na qual o inconsciente predomina sobre a mente consciente, sugestão e contágio canalizam sentimentos e ideias na mesma direção, e há um impulso no sentido de colocar esses sentimentos e ideias imediatamente em ação. "Pelo mero fato de que ele faz parte de uma multidão, um homem desce portanto vários degraus na escada da civilização".[15] (LE BON, 2010, p. 14, tradução nossa)

Se, para Le Bon (2010, p. 2, tradução nossa), "a época em que entramos será na verdade a era das multidões",[16] para seu compatriota e amigo, o sociólogo Gabriel de Tarde (1910, p. 11, tradução nossa), a multidão é de fato "o grupo social do passado",[17] ao qual ele contrapõe o público como "o grupo social do futuro".[18] O que possibilita a ascensão do público é a disseminação da imprensa; enquanto a multidão envolve proximidade física e é efêmera, o público tem um caráter virtual e mais estável. Alterar o foco da multidão para o público marca uma modificação crucial de perspectiva, tornando mais fácil conter os perigos da mente de massa. E os agentes desse processo são pessoas estrategicamente situadas,

12 "solitude multiple".

13 "un homme = un ghetto".

14 "Ce n'est plus dans les conseils des princes, mais dans l'âme des foules que se préparent les destinées des nations".

15 "Par le fait seul qu'il fait partie d'une foule, l'homme descend donc plusieurs degrés sur l'échelle de la civilisation".

16 "L'âge où nous entrons sera véritablement l'ère des foules".

17 "le groupe social du passé".

18 "le groupe social de l'avenir".

contradizendo a ideia de que a democracia implicaria o fim da individualidade: "As grandes conversões das massas agora são operadas pelos jornalistas".[19] (TARDE, 1910, p. 28, tradução nossa)

Entre os modelos teóricos de psicologia de massas nesse período, provavelmente o mais elaborado e consistente é o proposto por Freud em *Psicologia de massas e análise do eu* (*Massenpsychologie und Ich-Analyse*), publicado originalmente em 1921. Freud (1967) começa com asserções feitas por Le Bon e as articula com seus próprios *insights* psicanalíticos. Apesar de concordar com este quanto à irracionalidade das multidões, para ele as multidões não são irracionais em si. Seu comportamento tem a ver com processos inconscientes, os mesmos processos que a psicanálise detecta em um indivíduo.

Na psicologia de massas pré-freudiana, há uma força misteriosa que liga um indivíduo a outro em um grupo, que para Le Bon é o contágio e, para Tarde, a imitação. De acordo com Freud, essa força é a libido presente no eu e que pode ser investida em objetos de amor, com a diferença de que a libido que une um grupo é desviada dos fins sexuais (algo similar ocorre na hipnose, que contrasta com um grupo porque concerne somente a duas pessoas). Mas como a libido vem a desempenhar o papel de uma ligação dentro do grupo? A resposta está no mecanismo de identificação.

Na construção freudiana, a identificação horizontal entre os membros de um grupo ocorre em torno de um sintoma compartilhado: o amor de cada indivíduo pelo líder. "É impossível captar a essência da massa sem levar em consideração o líder".[20] (FREUD, 1967, p. 132, tradução nossa) A identificação entre os membros é parcial, limitada, baseada num traço distintivo tomado do líder, o "*einziger Zug*" (traço unário). Como alvo de amor, o líder representa uma versão idealizada do sujeito, tomando, para cada seguidor, o lugar de seu ideal do eu. Assim, "uma tal massa primária é um número de indivíduos que substituíram seu ideal do eu por um mesmo objeto e consequentemente se identificaram uns com os outros em seu eu".[21] (FREUD, 1967, p. 128, tradução nossa) Essa identificação consiste num laço libidinal.

Dado que o ideal do eu (o herdeiro, via introjeção, do relacionamento com os pais, que Freud mais tarde designa como "supereu") é uma instância de controle, o fato de substituí-lo por um objeto externo tem o efeito de desabilitar o autocontrole

19 "Les grandes conversions des masses, à présent, ce sont les journalistes qui les opèrent."

20 "das Wesen der Masse bei Vernachlässigung des Führers nicht zu begreifen sei".

21 "Eine solche primäre Masse ist eine Anzahl von Individuen, die ein und dasselbe Objekt an die Stelle ihres Ichideals gesetzt und sich infolgedessen in ihrem Ich miteinander identifiziert haben."

– ou, mais precisamente, de terceirizar o controle. No caso das multidões efêmeras que se reúnem nas ruas, a coesão vem apenas da relação com o líder, que substitui de fato o ideal do eu de cada um. Isso explica por que indivíduos perfeitamente racionais podem comportar-se selvagemente quando se juntam numa multidão, na qual "o indivíduo é colocado sob condições que lhe permitem descartar as repressões de seus impulsos pulsionais inconscientes".[22] (FREUD, 1967, p. 79, tradução nossa) Eles revertem, pois, a um estado equivalente ao dos ditos povos primitivos, das crianças e dos sonhos. Mas há uma possibilidade oposta a esta, a de uma espécie de liderança sublimada, abstrata, quando uma ideia ou desejo partilhado assume o lugar do líder. Aqui, o ideal do eu coletivo inclina-se a coincidir com o eu de cada membro. "Essa abstração", diz Freud (1967, p. 109-110, tradução nossa), "pode ser mais ou menos completamente encarnada na pessoa do que podemos chamar um líder secundário, e variações interessantes surgiriam da relação entre a ideia e o líder."[23]

Conforme as formulações de Lacan, o sujeito é sempre sujeito barrado, isto é, portador de uma falta estrutural, e a constituição da identidade envolve processos de identificação, que são tentativas de preencher essa falta. Se cada membro da massa substitui seu ideal do eu pelo líder ou por uma ideia ou desejo, que atua como suporte para a identificação entre os membros, isso indica que o indivíduo se produz conjuntamente com a massa.

As massas modernas aparecem de vários modos: as massas efêmeras das ruas, as massas mobilizadas dos movimentos políticos (cujas transformações serão abordadas na última parte deste trabalho), as massas "artificiais" (segundo a terminologia de Freud) do exército e da igreja, as massas reguladas das instituições disciplinares, as massas virtuais das comunidades imaginadas. Num extremo, as multidões urbanas efêmeras são aquelas que atraem a atenção de Le Bon; no outro, as massas das comunidades imaginadas, com um tipo abstrato de liderança, remetem ao público de Tarde. Podemos situar as massas mobilizadas por partidos e sindicatos no meio-termo entre as multidões urbanas efêmeras e os grupos artificiais – elas têm alguma espontaneidade, como as primeiras, e alguma organização, como os últimos. Adicionalmente, as massas reguladas através de instituições disciplinares estariam localizadas a meio caminho entre os grupos artificiais e as massas das

22 "das Individuum komme in der Masse unter Bedingungen, die ihm gestatten, die Verdrängungen seiner unbewußten Triebregungen abzuwerfen".

23 "Dieses Abstrakte könnte sich wiederum mehr oder weniger vollkommen in der Person eines gleichsam sekundären Führers verkörpern, und aus der Beziehung zwischen Idee und Führer ergäben sich interessante Mannigfaltigkeiten".

comunidades imaginadas – nessas instituições o controle é embutido na estrutura, como nos grupos artificiais, e elas não têm um líder evidente, como a multidão com uma liderança abstrata. Em todos esses casos, há sempre um foco central (um líder, uma ideia ou uma junção de ambos), que pode ser mais ou menos concreto e mais ou menos visível.

Com a transição das massas para as redes, nas últimas décadas, a psicologia de massas freudiana já não se aplica como antes. O que distingue o período recente é principalmente a maneira como a identificação opera nas redes. O líder (ou a ideia que lhe serve de sucedâneo), como vimos, é o eixo ao redor do qual as pessoas constroem identificações entre si. Em nossa sociedade, as identificações são mais fragmentárias e fluidas, de forma que, além de um líder central, as redes têm uma pluralidade de líderes. Podem existir, digamos, lideranças e sublideranças, em torno das quais a identificação pode ser mais forte ou mais fraca. A tendência é a existência de identificações mais fortes entre pessoas em torno de sublideranças (mais próximas) e de uma identificação mais fraca entre pessoas em torno de uma liderança central (mais distante), de sorte que uma confederação de grupos em princípio mais homogêneos constitui uma rede em princípio mais heterogênea (vale considerar, de qualquer modo, que os grupos que compõem uma rede comumente funcionam eles próprios como redes). Quanto à libido, não sendo mais canalizada mediante uma única identificação em torno de um único líder, ela granjeia certa autonomia.

Retornemos ao fato de que o líder, para Freud, equivale a uma espécie de extensão do ideal do eu, mais tarde chamado "supereu", e toma seu lugar em cada membro das massas. As últimas décadas assistiram a uma mutação na "economia libidinal". (LYOTARD, 1974) Pensando em termos do sujeito, o supereu não tem mais o papel eminentemente repressivo característico do tempo de Freud. Isso ajuda a explicar como, pensando em termos das massas, a posição do líder é menos consistente e a libido é menos contida. Ambas as constatações são feitas por Lacan, com a pluralização dos "Nomes-do-Pai" (LACAN, 2005) e o "imperativo do gozo"[24] (LACAN, 1975, p. 10, tradução nossa), respectivamente. E, uma vez que "a psicologia individual é, desde o começo, ao mesmo tempo também psicologia social, nesse sentido estendido mas inteiramente justificável"[25] (FREUD, 1967, p. 73, tradução nossa), é natural que as variações nas instâncias individual e social ocorram simultaneamente.

24 "impératif de la jouissance".

25 "die Individualpsychologie ist daher von Anfang an auch gleichzeitig Sozialpsychologie in diesem erweiterten aber durchaus berechtigten Sinne".

Mobilização política das massas às redes

O que Lyotard (1979, tradução nossa) denomina as "grandes narrativas"[26] da modernidade corresponde aos vetores de mobilização política das massas na "era da revolução" (HOBSBAWM, 1996), que numa certa medida se prolonga até meados do século XX. A mais influente dessas narrativas radica-se em Marx. Como se sabe, a tradição marxista baseia as lutas de emancipação na ação da classe trabalhadora, liderada por um partido revolucionário que corporifica um projeto histórico bem definido. Nas palavras de Lenin (1960b, p. 432, tradução nossa),

> a agitação política completa será conduzida por um partido que une em um todo inseparável o ataque ao governo em nome de todo o povo, a formação revolucionária do proletariado e a garantia da sua independência política, a orientação da luta econômica da classe trabalhadora e a utilização de todos os seus conflitos espontâneos com seus exploradores, que despertam e trazem para nosso campo números crescentes do proletariado.[27]

Nessas tarefas, os meios de comunicação exercem função precípua. Um dado que ilustra o alcance político da imprensa na modernidade é o fato de que

> as grandes revoluções parecem ter eclodido, tanto na Inglaterra do século XVII como na França no fim do século XVIII e na Rússia do início do século XX, no momento em que o índice de alfabetização de cada povo atingiu ou ultrapassou os 50%.[28] (MARTIN, 1988, p. 369, tradução nossa)

No caso russo, Lenin (1960a, p. 21, tradução nossa) destaca o papel basilar dos jornais, ponderando que "sem um órgão político, um movimento político digno desse nome é inconcebível na Europa de hoje".[29] Entre outras funções, os jornais

26 "grands récits".

27 "the all-round political agitation will be conducted by a party which unites into one inseparable whole the assault on the government in the name of the entire people, the revolutionary training of the proletariat, and the safeguarding of its political independence, the guidance of the economic struggle of the working class, and the utilisation of all its spontaneous conflicts with its exploiters which rouse and bring into our camp increasing numbers of the proletariat".

28 "Les grandes révolutions semblent avoir éclaté aussi bien en Angleterre au XVIIe siècle qu'en France à la fin du XVIIIe et en Russie au début du XXe siècle, au moment où le taux d'alphabétisation de chaque peuple atteignait ou dépassait les 50%".

29 "Without a political organ, a political movement deserving that name is inconceivable in the Europe of today".

deveriam contribuir para que o exercício da liderança do partido se desse por meio de uma estrutura centralizada e ao mesmo tempo capilarizada, pois forneceriam material padronizado para alimentar as discussões em nível local, embora tal capilarização acabe dissipando-se com o tempo, nas circunstâncias da burocratização stalinista do regime soviético.

De forma semelhante, as massas constituídas virtualmente via meios de comunicação devem sua consistência não apenas à existência de um emissor centralizado, mas também à capilarização da liderança, em virtude da colaboração de instâncias intermediárias. Edward Bernays (1928, p. 31, tradução nossa), o sobrinho de Freud que é considerado o "pai das relações públicas" e se inspira fortemente na psicologia de massas, recomenda identificar líderes potenciais e tentar ganhar acesso à população em geral servindo-se deles: "Somente através da energia ativa da minoria inteligente o público em geral pode tornar-se consciente de novas ideias e atuar com base nelas".[30] Nos anos 1940 e 1950, Lazarsfeld e alguns de seus parceiros elaboram a teoria do fluxo comunicacional em duas etapas (*two-steps flow theory*). Questionando o modelo da agulha hipodérmica, segundo o qual o conteúdo dos meios de comunicação de massas é injetado diretamente na mente do público, eles sustentam que este é usualmente influenciado pela mídia graças à mediação de "líderes de opinião".[31] (LAZARSFELD; BERELSON; GAUDET, 1944; KATZ; LAZARSFELD, 1955, tradução nossa)

Nas interações sociais em geral, Gabriel de Tarde, revalorizado recentemente por autores como Deleuze, reconhece igualmente a multiplicidade de líderes. Outra corrente importante, a sociologia das redes de Granovetter (1973; 1983), arrazoa que a estrutura em rede está disseminada socialmente. Uma pessoa média catalisa um círculo de amigos e conhecidos, com os quais mantém, respectivamente, laços fortes e laços fracos. Cada um desses amigos e conhecidos, por seu turno, tem um círculo similar de contatos, com algum grau de superposição entre eles. Se cada um reúne ambos os tipos de laços, a interação espalha-se ao longo desses círculos, unindo-os em redes.

Nas últimas décadas, em termos de ativismo político, a propensão em direção à organização inspirada na arquitetura da rede tem sido clara. Com o declínio das grandes narrativas que marca a chamada pós-modernidade, apenas o mercado aparenta reter o *status* de algo universal – e o próprio mercado, entendido como

30 "Only through the active energy of the intelligent few can the public at large become aware of and act upon new ideas".

31 "opinion leaders".

mecanismo através do qual as interações entre os agentes econômicos determinam os preços, como defende Hayek (1948), tem certas características do funcionamento das redes. Ao mesmo tempo, críticos sociais têm-se distanciado da tradição centralizadora representada pelo leninismo. Assim, Marcuse (1972, p. 42, tradução nossa) argumenta que

> a vasta concentração de poder e controle no *establishment* político e militar nacional exige a mudança para formas descentralizadas de organização, menos suscetíveis à destruição pelos motores de repressão, e mais expressivas dos núcleos divergentes e dispersos de desintegração.[32]

De maneira análoga, Gorz (1982, p. 11, tradução nossa) imagina "um movimento fragmentado e múltiplo, [...] por natureza refratário em relação à organização, à programação, à delegação de funções ou a sua integração em uma força política já estabelecida".[33] Mais recentemente, Hardt e Negri (2000, p. 61, tradução nossa) enaltecem o "poder desterritorializante da multidão", "em sua miríade de faces" e com suas "constelações de singularidades poderosas".[34] Após os acontecimentos na Tunísia e no Egito em 2011, Badiou (2012, p. 66, tradução nossa) assinala que o grande problema hoje é "inventar uma disciplina revolucionária que […] não siga o modelo hierárquico, autoritário e quase estúpido dos exércitos ou tropas de assalto".[35]

Paralelamente, as mídias sociais, que são essencialmente descentralizadas, conquistam espaço *vis-à-vis* os meios de comunicação de massas como ferramentas de mobilização, com um impacto decisivo na ação política. A maior vantagem da organização em redes é sua flexibilidade, que significa primordialmente a facilidade em atrair pessoas para as manifestações. A extraordinária difusão de movimentos como o Occupy, a Primavera Árabe e o Outono Brasileiro são testemunhas disso. Apoiando-se em muitos centros disparatados de propagação, por intermédio das mídias sociais (algo que pode ser facilmente visualizado através

32 "The sweeping concentration of power and control in the nationwide political and military Establishment necessitates the shift to decentralized forms of organization, less susceptible to destruction by the engines of repression, and more expressive of the divergent and dispersed nuclei of disintegration".

33 "a fragmented and composite movement, [...] by nature refractory towards organisation, programming, the delegation of functions or its integration into an already established political force".

34 "the deterritorializing power of the multitude", "in its myriad faces", with its "constellations of powerful singularities".

35 "inventing a revolutionary political discipline which [...] does not follow the hierarchical, authoritarian and quasi-mindless model of armies or storm troopers".

de ferramentas que mapeiam o tráfego nessas mídias), tais movimentos são capazes de angariar massa crítica em tempo recorde. Mike Giglio (2011), repórter da *Newsweek*, nomeia os eventos no Egito de "revolta do Facebook". Um ativista egípcio não identificado posta a receita no Twitter: "Utilizamos o Facebook para agendar os protestos, o Twitter para coordenar, e o YouTube para mostrar ao mundo".[36] Mas, não obstante o uso da estrutura em rede ser reforçado pelas mídias sociais, é relevante notar que essa tendência – anunciada pelos autores citados e outros – na verdade as precede.

O novo estilo de organização política, todavia, ainda precisa comprovar uma eficácia duradoura. Se no passado movimentos de massas constituíam geralmente um poder centralizado de resistência e insurgência contra o poder centralizado do capital, os movimentos descentralizados do presente soem enfrentar mais dificuldades, pois o capital adquire flexibilidade, mas conserva instâncias fortes de centralização, contando para tanto inclusive com o controle do Estado. Uma pesquisa sobre organizações ilícitas (criminosas e terroristas), indo de encontro a uma crença comum, revela que a estrutura centralizada tende a ser mais eficiente que a estrutura em rede. (EILSTRUP-SANGIOVANNI; JONES, 2008) Quando movimentos são convocados através das mídias sociais por forças organizadas ou em direção a uma causa definida, eles têm mais chances de ter uma liderança clara, mesmo que abstrata (ou seja, representada por uma ideia), e ser bem-sucedidos. Normalmente, entretanto, sua coordenação é muito mais frouxa e sua ação não é tão efetiva. Isso não significa que eles não tragam mudanças, o problema é que frequentemente não são capazes de imprimir uma direção a elas. Na verdade, podemos dizer que os movimentos políticos hodiernos têm tido mais êxito em exercer poder negativo que poder instituinte. Às vezes eles conseguem a derrubada de um governo, mas sua influência declina bruscamente em seguida, como na Primavera Árabe, de modo que uma revolta contra um governo conservador pode pavimentar o caminho ao poder de um governo ainda mais conservador.

O Outono Brasileiro, em junho de 2013, logra um resultado imediato, a revogação do aumento das tarifas de transporte em várias cidades, que havia sido o estopim da revolta, mas seu balanço político não é conclusivo. Setores da esquerda alegam que ele representa o primeiro passo para ultrapassar, via pressão popular, as limitações da coalizão liderada pelo Partido dos Trabalhadores que se mantém no poder desde 2003, caracterizada, segundo Singer (2012), por um "reformismo fraco". Do ponto de vista institucional, porém, os desdobramentos posteriores não

36 "We use Facebook to schedule the protests, Twitter to coordinate, and YouTube to tell the world".

apontam nessa direção: as eleições de 2014 enviam a Brasília a mais conservadora composição do parlamento em décadas; nos estados que encabeçaram o movimento e assistiram a sua repressão mais violenta, o governador de São Paulo se reelege no primeiro turno e o do Rio de Janeiro faz seu sucessor; e a presidenta Dilma Rousseff sofre para obter a reeleição diante de uma oposição com uma agenda neoliberal explícita, à qual ela passa a fazer sucessivas concessões.

Com respeito ao que Žiſek (2002) qualificaria de "gozo como um fator político", no caso o componente libidinal das mobilizações em rede, a relativa autonomização da libido significa que ela é dissociada da identificação em torno de um líder específico. Porquanto as identificações se tornam mais frágeis e fragmentárias, a libido divide-se entre identificações central e acessórias, e parte dela permanece fixada no eu. Numa demonstração, há sempre um fator afetivo geral: as pessoas gozam da experiência de dividir as ruas com outras, de pertencer a uma multidão. Isso não impede que elas possam gozar do fato de estar em um grupo determinado dentro da multidão, de receber atenção da mídia, de promover sua performance ou agenda. A libido corresponde, assim, a um *background* genérico, servindo não somente como instrumento de coesão, mas também como força centrífuga.

Algumas facetas das demonstrações brasileiras de 2013 sugerem que o elemento libidinal, nessas manifestações difusas, pode estar associado a um relativo esvaziamento do conteúdo político. *Slogans* genéricos, como "vem pra rua" (extraído diretamente de um comercial dos automóveis Fiat) e "o gigante acordou" (adaptado da frase "o gigante não está mais adormecido", de um comercial do uísque Johnny Walker), celebram a agitação em si mesma. Não apenas as atividades são convocadas pelas redes sociais, mas o comportamento de certos participantes orienta-se de volta às próprias redes. Durante e após cada evento, *selfies* e outras fotos e vídeos são postados no Facebook, no Instagram e no Twitter, em que usuários se vangloriam do fato de estarem presentes e chamam a atenção especificamente e, de certo modo, narcisisticamente para seu próprio ativismo, usando máscaras de Guy Fawkes como *fashion statements* e empunhando cartazes do tipo "Minha primeira manifestação". A tática dos Black Blocs, que é desenvolvida nos anos 1980 na Europa e se alastra para outras regiões do mundo, é introduzida no Brasil nessas jornadas e torna-se um ingrediente característico delas. Nessa tática, os elementos estéticos e emocionais desempenham um papel dominante, de forma que a violência como espetáculo, capturada e destacada pela mídia, por vezes sequestra os protestos e torna-se um fim em si. Outro fenômeno significativo nesse aspecto são os autointitulados "rolezinhos", que se propalam independentemente das agitações de rua, mas na mesma época. Esses

ajuntamentos de jovens de baixa renda em *shopping centers* abrem para eles novos e transitórios espaços de empoderamento acoplados ao consumo e para interação por meio especialmente de paqueras, nos quais cada participante passa a impressão de estar buscando fundamentalmente seu gozo.

Se os movimentos sociais descentralizados alcançam alguma espécie de unificação, por exemplo através da criação de um partido, sua eficácia institucional é potencialmente ampliada. Na Espanha, o movimento dos "indignados", ou 15-M, em 2011, à primeira vista parece ter redundado em fracasso, pois sua sequela imediata é a substituição no governo do Partido Socialista Operário Espanhol pelo Partido Popular, a sua direita, mas ele acaba gerando um fruto importante. Com raízes nesse movimento, o Podemos, fundado em 2014 sob a liderança do escritor e professor Pablo Iglesias, uma figura popular por conta de suas frequentes aparições na mídia, cresce rapidamente. Na Grécia, o Syriza, originalmente uma coalizão de organizações de esquerda, chega ao poder em janeiro de 2015. É verdade que ambos os partidos são impulsionados pela retórica antiausteridade, de oposição ao *establishment* neoliberal à frente da eurozona, que, cabe assinalar, está sujeita ao crivo da prática. É possível também que alguns novos partidos tentem pegar carona na onda dos "partidos-movimentos", ou "partidos 2.0", imitando a estrutura das redes para disfarçar o personalismo de sua liderança e justificar a ambiguidade de sua plataforma. Esse aparenta ser o caso do MoVimento Cinque Stelle, de Beppe Grillo, na Itália, e da Rede Sustentabilidade, de Marina Silva, no Brasil.

Os projetos tanto do Podemos quanto do Syriza são influenciados pelas reflexões de Laclau e Mouffe. O trabalho de Laclau (2005) recupera o conceito de populismo, alvo habitual de críticas que, segundo ele, ecoam a ojeriza às massas na linha de Le Bon. Como lógica política, o populismo consiste em estabelecer uma cadeia de equivalências entre diversas demandas, condensando-as num significante genérico, que cumpre o papel do líder abstrato na psicologia de massas de Freud e, frequentemente, acaba encarnando-se numa figura concreta de liderança. A cadeia de equivalências articula-se com uma diferença primacial, dando coesão a um "nós" contra "eles", tema explorado especialmente por Mouffe (2005), que opõe o agonismo da política ao consenso racional, oriundo do mercado, que anima o neoliberalismo. Mas conquanto o populismo represente uma saída engenhosa face ao impasse da desagregação que ronda as organizações em rede, ele é passível de questionamento. Para Žiſek (2008, p. 264-333), o populismo tem utilidade prática, mas é limitado teoricamente, substituindo a luta de classes, central para o marxismo, por uma fetichização do povo e de seus adversários. Ademais, conflitos de interesses entre as demandas diversas unificadas pelo populismo podem redundar em

imobilismo. Devem ser levados em conta ainda os riscos de recaída no personalismo em torno do líder ou de deslizamento de uma proposta emancipatória para uma proposta conservadora.

Assim, as mobilizações em rede, apoiadas na revolução comunicacional das últimas décadas, se por um lado embutem uma promessa de renovação da práxis política, por outro colocam seus protagonistas diante de novos e difíceis desafios.

Referências

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. *La sociedad*: lecciones de sociología. Traducción Floreal Mazía e Irene Cusien. Buenos Aires: Proteo, 1969.

AGLIETTA, M. *A theory of capitalist regulation*: the US experience. Translation David Fernbach. London: Verso, 2001.

ANDERSON, B. *Imagined communities*: reflections on the origin and spread of nationalism. London; New York: Verso, 1991.

BADIOU, A. *The rebirth of history*: times of riots and uprisings. Translation Gregory Elliott. London; New York: Verso, 2012.

BENJAMIN, W. *Gesammelte Schriften*. Bd. I. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1991.

BERNAYS, E. L. *Propaganda*. New York: Horace Liveright, 1928.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard, 1999.

CASTELLS, M. *The rise of the network society*. 2. ed. Oxford and Malden: Blackwell, 2000.

CASTRO, J. C. L. A publicidade contemporânea e o paradigma da perversão. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 11, n. 30, p. 181-198, jan./abr. 2014.

DELEUZE, G. *Pourparlers*: 1972-1990. Paris: Minuit, 2003.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. *Capitalisme et schizophrénie 2*: mille plateaux. Paris: Minuit, 1980.

EILSTRUP-SANGIOVANNI, M.; JONES, C. Assessing the dangers of illicit networks. *International Security*, Cambridge, Mass., v. 33, n. 2, p. 7-44, fall 2008.

FLUSSER, V. *Kommunikologie*. Frankfurt am Main: Fischer, 1998.

FOUCAULT, M. *Surveiller et punir*: naissance de la prison. Paris: Gallimard, 1993.

FREUD, S. Massenpsychologie und Ich-Analyse. In: FREUD, S. *Gesammelte Werke, dreizehnter Band*: Jenseits des Lustprinzips / Massenpsychologie und Ich-Analyse / Das Ich und das Es. 5. Aufl. Frankfurt am Main: S. Fischer, 1967. p. 71-161.

GIGLIO, M. Inside Egypt's Facebook revolt. *Newsweek*, S. l., 27 jan. 2011. Disponível em: <http://www.newsweek.com/inside-egypts-facebook-revolt-66791>. Acesso em: 19 out. 2014.

GORSKI, P. S. *The disciplinary revolution*: Calvinism and the rise of the state in early modern Europe. Chicago; London: University of Chicago Press, 2003.

GORZ, A. *Farewell to the working class*: an essay on post-industrial socialism. Translation Michael Sonenscher. London; Sydney: Pluto Press, 1982.

GRANOVETTER, M. S. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, Chicago, Ill., v. 78, n. 6, p. 1360-1380, may 1973.

GRANOVETTER, M. S. The strength of weak ties: a network theory revisited. *Sociological Theory*, San Francisco, Calif., v. 1, p. 201-233, 1983.

HARDT, M.; NEGRI, A. *Empire*. Cambridge, Mass.; London: Harvard University Press, 2000.

HAYEK, F. A. *Individualism and economic order*. Chicago, Ill.: University of Chicago Press, 1948.

HOBSBAWM, E. *The age of revolution*: 1789-1848. New York: Vintage Books, 1996.

KATZ, E.; LAZARSFELD, P. F. *Personal influence*. New York: Free Press, 1955.

LACAN, J. *Le séminaire, livre XX*: encore. Paris: Seuil, 1975.

LACAN, J. *Des Noms-du-Père*. Paris: Seuil, 2005.

LACLAU, E. *On populist reason*. London; New York: Verso, 2005.

LAZARSFELD, P. F.; BERELSON, B.; GAUDET, H. *The people's choice*: how the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York: Columbia University Press, 1944.

LE BON, G. *Psychologie des foules*. Paris: Presses Universitaires de France, 2010.

LENIN, V. I. Where to begin. In: LENIN, V. I. *Collected works, volume 5*: May 1901-February 1902. Translation Joe Fineberg and George Hanna. Moscow: Progress Publishers, 1960a. p. 13-24.

LENIN, V. I. What is to be done? Burning questions of our movement. In: LENIN, V. I. *Collected works, volume 5*: May 1901-February 1902. Translation Joe Fineberg and George Hanna. Moscow: Progress Publishers, 1960b. p. 347-529.

LYOTARD, J. F. *Économie libidinale*. Paris: Minuit, 1974.

LYOTARD, J. F. *La condition postmoderne*: rapport sur le savoir. Paris: Minuit, 1979.

MARCUSE, H. *Counterrevolution and revolt*. Boston: Beacon Press, 1972.

MARTIN, H. J. *Histoire et pouvoirs de l'écrit*. Paris: Perrin, 1988.

MARX, K. Das Kapital: Kritik der politischen Oekonomie, Buch I – der Produktions prozess des Kapitals. In: MARX, K.; ENGELS, F. *Werke*. Bd. 23. Berlin: Dietz, 1962.

MCLUHAN, M. *Understanding media*: the extensions of man. Cambridge, Mass.; London: MIT Press, 1994.

MOUFFE, C. *On the political*. London; New York: Routledge, 2005.

RIESMAN, D. *The lonely crowd*: a study of the changing American character. abrid. and rev. ed. New Haven; London: Yale University Press, 2001.

SINGER, A. *Os sentidos do lulismo*: reforma gradual e pacto conservador. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

SLOTERDIJK, P. *O desprezo das massas*: ensaio sobre lutas culturais na sociedade moderna. Tradução Claudia Cavalcanti. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.

TARDE, G. *L'opinion et la foule*. 3. ed. Paris: Félix Alcan, 1910.

VIRILIO, P. *L'art du moteur*. Paris: Galilée, 1993.

ŽIŽEK, S. *For they know not what they do*: enjoyment as a political factor. 2. ed. London; New York: Verso, 2002.

ŽIŽEK, S. *In defense of lost causes*. London; New York: Verso, 2008.