

**Marta Vieira Caputo**

**COMUNICAÇÃO E CIBERATIVISMO**  
**BOICOTES: NOVAS PRÁTICAS PARA O EXERCÍCIO DA**  
**CIDADANIA**

**Bauru – SP**  
**Agosto, 2008**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA**  
**“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”**  
**Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação**  
**Programa de Pós-Graduação em Comunicação**  
**Área de concentração: Comunicação Midiática**

**MARTA VIEIRA CAPUTO**

**Comunicação e Ciberativismo**  
**Boicotes: novas práticas para o exercício da cidadania**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Área de Concentração: Comunicação Midiática – da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, Campus de Bauru, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Maximiliano Martin Vicente.

**Bauru – SP**  
**2008**

**DIVISÃO TÉCNICA DE BIBLIOTECA E DOCUMENTAÇÃO  
UNESP - BAURU**

Caputo, Marta Vieira.

Comunicação e ciberativismo: boicotes: novas  
práticas para o exercício da cidadania / Marta  
Vieira Caputo, 2008.

124 f. : il

Orientador: Maximiliano Martin Vicente

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual  
Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e  
Comunicação, Bauru, 2008

Boicote. 2. Ciberativismo. 3. Hegemonia. 4.  
Sociedade civil. 5. Informacionalismo. I.  
Universidade Estadual Paulista. Faculdade de  
Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.



PÓS-GRADUAÇÃO  
 INSTITUTO DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO  
 UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA


**ATA DA DEFESA PÚBLICA DE MESTRADO DE MARTA VIEIRA CAPUTO,  
 DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA  
 FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO, UNESP -  
 CAMPUS DE BAURU.**

Aos vinte e um dias do mês de agosto de dois mil e oito, às quatorze horas, na Sala dos Órgãos Colegiados da UNESP - campus de Bauru, instalou-se a Comissão Examinadora da defesa pública de Mestrado, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente (presidente), docente do programa de pós-graduação em Comunicação da UNESP - campus de Bauru; Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>a</sup>. Tânia Márcia Cezar Hoff, docente do departamento de Comunicação da Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM e Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>a</sup>. Regina Célia Baptista Belluzzo, docente do programa de pós-graduação em Comunicação da UNESP - campus de Bauru, a fim de proceder à arguição pública de Mestrado de **MARTA VIEIRA CAPUTO**, discente do programa de pós-graduação em Comunicação, desta Faculdade, dissertação intitulada: "**Comunicação e ciberativismo boicotes: novas práticas de cidadania**". Abertos os trabalhos, foi dada a palavra a Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>a</sup>. Tânia Márcia Cezar Hoff, que arguiu a candidata por quarenta minutos, tendo esta respondido em vinte minutos. Em seguida, a Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>a</sup>. Regina Célia Baptista Belluzzo arguiu a candidata por quarenta minutos, tendo esta respondido em vinte minutos. Finalmente, o Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente discorreu sobre o trabalho por vinte minutos. Logo após, reuniu-se a Comissão Examinadora tendo chegado ao seguinte julgamento que de público foi anunciado: Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>a</sup>. Tânia Márcia Cezar Hoff – conceito: "aprovado"; Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>a</sup>. Regina Célia Baptista Belluzzo – conceito: "aprovado" e Prof. Dr. Maximiliano

Handwritten marks: a stylized signature or mark, a large 'G' with a horizontal line, and a smaller mark below it.



PÓS - GRADUAÇÃO  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO  
UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

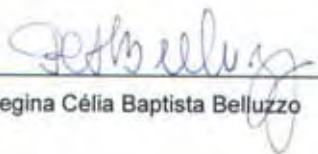
Martin Vicente – conceito: "aprovado". A Comissão Examinadora apresentou o conceito final: "APROVADO". Nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente Ata, que vai por mim assinada, Silvio Carlos Decimone  e pela Comissão Examinadora. Bauru, 21 de agosto de 2008.



Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente  
(Presidente)



Prof. Dr. Tânia Márcia Cezar Hoff



Prof. Dr. Regina Célia Baptista Belluzzo

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA**  
**“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”**  
**Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação**  
**Programa de Pós-Graduação em Comunicação**  
**Área de concentração: Comunicação Midiática**

Dissertação de Mestrado apresentada por **Marta Vieira Caputo** ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Área de Concentração: Comunicação Midiática – da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, Campus de Bauru, para a obtenção do título de **Mestre em Comunicação**, sob orientação do Professor Doutor Maximiliano Martin Vicente.

## **Banca Examinadora**

### **Membros:**

---

PROF<sup>a</sup>. DR<sup>a</sup>. TÂNIA MÁRCIA CEZAR HOFF (ESPM)

---

PROF<sup>a</sup>. DR<sup>a</sup>. REGINA CÉLIA BAPTISTA BELLUZO (UNESP)

### **Presidente e Orientador:**

---

PROF. DR. MAXIMILIANO MARTIN VICENTE (UNESP)

**Bauru, 21 de agosto de 2008.**

*À memória de meu pai,  
o primeiro anti-imperialista que conheci.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a cordial acolhida que recebi no Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na figura de seus coordenadores Professora Ana Sílvia Lopes Davi Médola e Professor Luciano Guimarães, bem como aos demais docentes do programa e aos funcionários da secretaria da Pós-Graduação, Helder Gelonezi e Silvio Decimone.

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), agradeço o apoio financeiro, providencial para a consecução deste trabalho.

Ao Professor Maximiliano Martin Vicente, orientador da presente dissertação, minha gratidão pela sua generosidade, equilíbrio e especial senso de partilha do conhecimento. À Professora Regina Célia Baptista Belluzzo e ao Professor Murilo Cesar Soares, agradeço as contribuições e sugestões pertinentes, por ocasião do exame de qualificação. À Professora Tânia Márcia Cezar Hoff e novamente à Professora Regina, agradeço a disponibilidade para a composição da banca examinadora e os valiosos aportes concedidos por ambas.

Aos colegas do Grupo de Estudos Mídia e Sociedade, sou grata pelo intercâmbio de idéias e companheirismo. Aos amigos virtuais da lista de discussão do movimento *Boycott Bush* no Brasil, na Argentina, no Uruguai, Bélgica, Alemanha e Estados Unidos agradeço as indicações de fontes fidedignas na abordagem de fatos freqüentemente omitidos pela mídia oficial e as discussões acaloradas, mas tão importantes diante da urgência em se discutir temas freqüentemente ardilosos, cuja compreensão em profundidade extrapola o caráter corriqueiro da notícia.

Ao economista Hugo Penteadó, o meu reconhecimento por ter me apresentado a sua “Ecoeconomia – Uma nova abordagem” e por ter me explicado que, segundo este *approach*, a regra é: “(...) quanto mais viável economicamente, mais inviável ambientalmente”, o que significa dizer também, mais deletério socialmente, caso não sejamos capazes de priorizar a preservação do meio ambiente por meio de um pacto de relações mais humanizadas e humanizadoras. As escolhas, faremos nós.

À minha mãe, a Professora Elza Vieira Caputo, agradeço seus hercúleos esforços para educar um ser tão renitente quanto eu.

Às minhas irmãs, Beatriz e Ângela, minha gratidão pelo carinho, apoio, amizade e presença, nos bons e nos maus momentos.

Agradeço também à Helga e ao Ivan, ao Thales e ao Pedro, porque junto deles, a vida sorri despreocupada.

Gostaria também de registrar o meu agradecimento a três pessoas muito especiais, amigos de longa data, porque muito me ensinaram e porque muito aprendemos juntos: ao advogado e historiador José A. Sacchetta Mendes Ramos Júnior, por ter compartilhado comigo seu peculiar gosto por mapas, desde a infância, ensinando-me mais Geografia, História e Política do que aprenderíamos juntos na escola. Ao geólogo Henrique Rosa, pelas aulas de Geologia, Mineralogia e Rock'n'roll; pelos passeios ao Pico do Itacolomy e Serra do Caraça e, principalmente, porque ele sabe que a Rebordosa não morreu... À Nádia Victória Schurkim agradeço os sábios ensinamentos da ancestral arte da manipulação de metais nobres, sem jamais me esquecer da lição principal: a jóia mais bonita é a compaixão – o resto é só vil metal.

Por último, mas não menos importante, agradeço a Jorge Luiz Maskalenka, interlocutor pontual, pela sugestão do tema deste trabalho, sem esquecer o indispensável afeto, a serena dedicação e a sábia paciência do meu querido companheiro.

*Marta Vieira Caputo*  
*Bauru, agosto de 2008.*

CAPUTO, M.V. **Comunicação e ciberativismo. Boicotes: Novas práticas para o exercício da cidadania.** 2008. 124f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, Bauru, SP, Brasil, agosto, 2008.

## RESUMO

Este trabalho investiga os modos de organização do ativismo digital, ou ciberativismo, bem como os processos comunicativos implícitos nessa prática. Especificamente, enfoca-se aqui uma iniciativa ciberativista que se utiliza das estratégias e táticas de boicotes para instaurar possibilidades de negociação entre a sociedade civil, as corporações e os governos, diante de conflitos de interesses decorrentes das relações entre essas dimensões sociais. Buscou-se, primeiramente, entender os fundamentos básicos da organização social e sua evolução a partir dos conceitos de bloco histórico, hegemonia, superestrutura, sociedade civil e, mais recentemente, do conceito de sociedade civil global. Tal entendimento se faz necessário, diante das implicações políticas dos usos das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação e, para isso, recorreu-se também ao conceito de “informacionalismo” para sustentar a compreensão do cenário econômico, político e social aqui delimitado, com vistas a identificar novas práticas para o exercício da cidadania.

**Palavras-chave:** boicote, ciberativismo, hegemonia, sociedade civil, informacionalismo, cidadania.

CAPUTO, M.V. **Communication and cyberativism. Boycotts: new practices for the exercise of citizenship.** 2008. 124p. Mastership in Mediatic Communication. Dissertation. (Post-Graduation Program in Mediatic Communication). Architecture, Arts and Communication College. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, Bauru, SP, Brasil, August, 2008.

### ABSTRACT

This dissertation investigates the organizing methods of digital activism or ciberactivism and the communicative processes implicit in those practices. Specifically, it focuses a ciberactivist initiative which uses the strategies and tactics of boycotts to establish possibilities of negotiation between civil society, corporations and governments, considering the conflicts of interests which arise as a result of relationships between those social dimensions. The aim was, firstly, to understand the basic fundamentals of social organization and its evolution from the concepts of historical bloc, hegemony, superstructure, civil society and, more recently, the concept of global civil society. This understanding is necessary, given the political implications of the uses of New Information and Communication Technologies and, therefore, has also appealed to the concept of "informacionalism" to sustain the understanding of the economic, political and social environment defined here, aiming to identify new ways for citizenship practices.

**Keywords:** boycott, ciberativismo, hegemony, civil society, informationalism, citizenship.

**SUMÁRIO**

	<b>Pág.</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>01</b>
<b>Capítulo I: Sociedade no início do século XXI .....</b>	<b>04</b>
1.1A contribuição de Gramsci para o pensamento social .....	04
1.2 Alternativas para a compreensão da sociedade global .....	16
<b>Capítulo II: Capitalismo e informacionalismo .....</b>	<b>23</b>
2.1 Do padrão ouro ao neoliberalismo .....	23
2.2 Informacionalismo e movimentos sociais .....	37
<b>Capítulo III: Comunicação, conflito social e ciberativismo .....</b>	<b>48</b>
3.1 Comunicação em tempos de globalização .....	48
3.2 Conflito social e ciberativismo .....	57
<b>Capítulo IV: Ciberativismo e práticas contra-hegemônicas .....</b>	<b>67</b>
4.1 O boicote como expressão da sociedade civil .....	67
4.2 A Rede como espaço contra-hegemônico.....	89
<b>Considerações finais .....</b>	<b>94</b>
<b>Referências bibliográficas .....</b>	<b>98</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>104</b>

<b>LISTA DE FIGURAS</b>	<b>Pág.</b>
<b>Figura 1:</b> Manifestação da União Nacional dos Estudantes (UNE) quando da visita de George W. Bush ao Brasil em 2005.....	<b>66</b>
<b>Figura 2:</b> 12 de março de 1930. Gandhi lidera a Marcha do Sal, também conhecida como Satyagraha do Sal .....	<b>69</b>
<b>Figura 3:</b> Rosa Parks no momento de sua detenção em 22 de fevereiro de 1956, pois liderava cerca de 100 pessoas acusadas de violar as leis de segregação racial do Estado do Alabama, EUA .....	<b>70</b>
<b>Figura 4:</b> A política do <i>apartheid</i> nos EUA, representada em foto de Margaret Bourke-White (1904-1971). A foto é de cerca de 1940 .....	<b>71</b>
<b>Figura 5:</b> Mapa da distribuição mundial dos usuários de Internet .....	<b>73</b>
<b>Figura 6:</b> Página inicial do portal <a href="http://www.boycottbush.org">www.boycottbush.org</a> , porta de entrada para a web site ativista em sete idiomas diferentes .....	<b>82</b>
<b>Figura 7:</b> Página inicial da web site da <i>Boycott Bush Network</i> , em português .....	<b>82</b>
<b>Figura 8:</b> Garrafas de Mecca-Cola à venda em Paris .....	<b>86</b>
<b>Figura 9:</b> Versão em português de peça de contrapropaganda largamente difundida em web sites difusores de ações pró-boicotes aos produtos norte-americanos .....	<b>87</b>

## INTRODUÇÃO

O objetivo geral desta dissertação é entender como determinados segmentos sociais se organizam e defendem suas propostas ativistas, mobilizando-se em favor de ações de boicote, utilizando-se da mídia Internet para espalhar sua mensagem pelo Planeta e analisar os efeitos e/ou influências dessas práticas para o exercício da cidadania.

Para tanto, entende-se ser necessário: a) refletir sobre a natureza dos movimentos sociais concretos, decorrentes das mobilizações antiglobalização tendo sempre em conta as implicações políticas das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação para suas ações e desenvolvimento, por meio da análise do discurso dos atores dos movimentos pró-boicotes (individuais e coletivos), reconhecendo como se vêm influenciados pelas novas tecnologias; b) reconhecer os parâmetros que norteiam o surgimento de uma nova categoria de cidadãos conscientes do poder de suas ações conjuntas, quando coletivamente optam pela seleção crítica dos produtos e serviços que consomem, a partir da observação e entendimento das posturas políticas e sociais das empresas produtoras de bens e serviços e das instituições governamentais e não governamentais, em relação aos interesses da comunidade.

Para dar conta desses objetivos, algumas questões se colocam de imediato: qual a importância da comunicação para a transformação da sociedade? Como os movimentos sociais usam as tecnologias para divulgar diferentes propostas de sociedade e que alcance elas têm? Como compreender o mundo contemporâneo pelas forças dominantes, considerando que a Internet favorece a organização de comunidades virtuais em torno de interesses que lhes são próprios? De que modo se modifica o conflito político, em meio ao processo que ora se convencionou denominar globalização? Como se transformam os conflitos de classe, em função dos paradigmas da globalização? Quais as conseqüências das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação para a geração e produção de conhecimento político e para a intervenção política? Quais papéis desempenham novas experiências, especialmente aquelas desenvolvidas pelos coletivos da contra-informação e, neste sentido, com que peso os apelos pró-boicotes contribuem para novas práticas de exercício da cidadania?

Este trabalho se justifica pela constatação de que os movimentos pró boicotes vêm se multiplicando, constituindo-se não só em um fenômeno social, especialmente no seio da sociedade civil, mas também um fenômeno da comunicação cibernética, envolvendo milhões de internautas – em todos os países – muitos dos quais, os ciberativistas - fazem uso político das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação para protestar contra a globalização neoliberal e, assim, provocam mudanças nos paradigmas da militância política, introduzindo inovações nos modos de pensar a vida, o mundo e a sociedade.

Metodologicamente, este texto foi construído em função das questões levantadas, e buscou-se as respostas na literatura já existente, respostas essas que se tentou construir sem sobrepor a elas a rigidez teórica ou o interesse ideológico, mas tão somente a interpretação da realidade, pois esta não é de todo evidente e porque a comunicação não é unívoca. Desse modo, a hermenêutica ou interpretação é necessária e inevitável. Tal pesquisa literária embasou o presente estudo de caso, já que esta é uma técnica de pesquisa que faz uso de um conjunto de ferramentas para levantamento e análise de informações.

Como esclarece Duarte (2006), com fundamento em vários autores, o estudo de caso é considerado um método qualitativo que, “(...) como todas as estratégias, apresenta vantagens e desvantagens”; às vezes, erroneamente “(...) identificado com o uso de técnicas menos fidedignas” e que é “(...) freqüentemente considerado como um tipo de abordagem intuitiva, derivada da observação participante” e que contém “vícios e distorções resultantes de pontos de vista pessoais sobre a realidade social” (DUARTE, 2006, p.215-6).

Entretanto, analisando algumas definições de estudos de caso, Duarte assinala que o estudo de caso:

(...) para Yin (2001), é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas; (...) para Goode e Hatt (1979), é um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado; (...) para Stake (1994), não é uma escolha metodológica, mas uma escolha do objeto a ser estudado; (...) para Bruyne, Herman e Schoutheete (1991), é a análise intensiva, empreendida numa única ou em algumas organizações reais (Duarte, 2006, p. 216).

Com visões tão diversas a respeito do que é o estudo de caso, a autora acima citada prossegue sua análise, sob vários enfoques, trazendo as considerações de uma multiplicidade de autores para, por fim, considerar que

(...) o método do estudo de caso revela, além da sua riqueza de possibilidades de pesquisa, um traço distintivo inerente à sua aplicação que é a possibilidade de compartilhar conhecimentos. Visando a descoberta, o pesquisador trabalha com o pressuposto de que o conhecimento não é algo acabado, mas que está sempre em construção e por isso faz parte de sua função indagar e buscar novas respostas ao longo da investigação. (...) o estudo de caso é o método que contribui para a compreensão dos fenômenos sociais complexos (...) das peculiaridades, das diferenças daquilo que o torna único e, por essa mesma razão, o distingue ou o aproxima dos demais fenômenos (*Idem*, p.233-4).

Tendo em vista o objetivo geral e seus desdobramentos, bem como os questionamentos suscitados, estruturou-se o presente texto com esta introdução, quatro capítulos e algumas considerações finais.

No capítulo I, intitulado **Sociedade e comunicação no início do século XXI**, procurou-se compreender a organização social e sua evolução a partir, principalmente, das idéias de Antônio Gramsci e também de outros autores que, em diferentes momentos e sob

pontos de vista diversos, pensaram e elaboraram teorias a respeito da vida e do pensamento social.

O capítulo II, **Capitalismo e informacionalismo**, teve como preocupação central a análise daquilo que vem sendo chamado de « revolução pós industrial » em função das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação : reestruturação do capitalismo em escala global; emergência dos Estados Unidos da América como potência mundial; desregulação dos mercados e conseqüências decorrentes; consolidação do neoliberalismo; surgimento, a partir de meados do século XX de uma nova sociedade que, neste início do século XXI, vem sendo chamada de « sociedade da informação e do conhecimento », a qual apresenta características próprias em função de estruturar-se sob um paradigma, cada vez mais tecnológico que, em si mesmo, não pode ser dito que é bom ou que é mal, mas também não é neutro, uma vez que modifica a vida e a mente das pessoas.

O capítulo III, **Comunicação, conflito social e ciberativismo** trata da natureza dos conflitos sociais sob a perspectiva de que estes são processos básicos de convivência, na medida em que constituem manifestações concretas dos antagonismos de grupos e classes, por meio do qual se evidencia a experiência da construção de sujeitos sociais. Ainda neste capítulo, o tema ciberativismo será abordado, apreciando-se as dimensões cidadãs dessa emergente forma de ativismo.

A comunicação, entendida como um mecanismo de intervenção social, adquire significado relevante no mundo atual. Se pensarmos na predominância das Novas Tecnologias da Comunicação, dentro da perspectiva social dos movimentos sociais e da veiculação de conteúdos disponíveis para os usuários da Rede, depara-se com uma situação bastante desafiadora que exige verificar se a própria comunicação está imune aos embates do capital e da iniciativa privada. Assim, é possível checar as formas pelas quais se pode realizar um movimento de resistência, como podem ser os boicotes.

No quarto capítulo, **Ciberativismo e práticas contra-hegemônicas**, explica-se o boicote como instrumento eficaz de contestação política, pois nem sempre as ações violentas causaram transformações sociais. Dessa maneira, não há como questionar a validade dessa forma de ação na sociedade e, fechando este capítulo, apresenta-se o contexto no qual se insere o movimento *Boycott Bush* reunindo-se os argumentos que justificam a existência desse espaço contra-hegemônico.

Finalmente, em anexos, incluíram-se documentos provenientes do site desse movimento e que se destinam à realização de campanhas que podem acontecer nos limites do ciberespaço e também, além dele.

## CAPÍTULO I

### SOCIEDADE NO INÍCIO DO SÉCULO XXI

Neste primeiro capítulo será apresentado um referencial teórico importante para entender e decodificar a maneira como se organiza e se estrutura a sociedade, sempre tendo em mente que o objetivo principal deste trabalho consiste em entender como se organizam e se defendem, via boicotes, determinados segmentos sociais, num contexto recente. Assim, entende-se pertinente mostrar, inicialmente, a contribuição de Gramsci pela relevância da sua obra, da qual se procurou extrair algumas de suas idéias basilares que, no início do século XX, fundamentaram sua concepção política relacionada ao funcionamento social. Num segundo momento, sem desviar do objetivo proposto, ou seja, compreender o funcionamento social, outras versões foram apresentadas, algumas não tão próximas de Gramsci, mas fundamentais para compreender a sociedade contemporânea, denominada por alguns de sociedade global.

Isso não significa que a contribuição de Gramsci apresente lacunas ou se restrinja a uma determinada época. Acontece que se trata de dois momentos, com suas particularidades que, mesmo sendo ambos dominados pelo capital, apresentam peculiaridades importantes e, portanto, merecem ser observadas e avaliadas mediante o uso de recursos e ferramentas apropriadas para entender melhor seu funcionamento.

#### **1.1 A contribuição de Gramsci para o pensamento social**

O conceito de sociedade civil resulta em um dos mais citados no campo da teoria política contemporânea, mas nem sempre seu sentido é definido de maneira clara e precisa. Na maioria das vezes, acaba preso ao contexto social e histórico no qual se enquadra aquele que tenta defini-lo. Num mundo cada vez mais globalizado, onde as relações e interações aumentam constantemente, é necessário deixar claro o sentido que se atribui à sociedade civil, pois, teoricamente, estaríamos nos referindo a uma sociedade global ou mundial, visão ampla, sujeita às mais diversas interpretações. Dessa forma, no âmbito da globalização, se ultrapassa o conceito mais tradicional e aceito de sociedade civil, entendido, de maneira bastante ampla, como os segmentos não estatais da sociedade. Assim, para deixar registrado o conceito que será utilizado neste trabalho, será realizado um resgate histórico sucinto de como se construiu e se entendeu a sociedade civil em tempos mais recentes, notadamente depois do Iluminismo, momento considerado como o início da contemporaneidade.

Durante muito tempo, a idéia de sociedade civil foi entendida como sinônimo de Estado, referindo-se a uma comunidade política arraigada aos princípios da cidadania. Nesse sentido, pode-se afirmar que até o século XVIII, os pensadores políticos se preocupavam em identificar as formas e maneiras pelas quais as pessoas se encaixavam numa sociedade regida por um acordo tácito – contrato – e fugiam de um estado de natureza anárquico e sem normas definidas. Por esse motivo, a sociedade civil era vista como um estágio avançado da humanidade, justamente pelo fato de terem governo e civilidade.

Bobbio, (1987) referindo-se a essa contraposição entre “estado de natureza” e “sociedade organizada”, identifica três grandes eixos nos quais se inserem os pensadores políticos mais conhecidos. O primeiro vê o Estado de maneira totalmente antagônica ao estado da natureza, apontando Hobbes<sup>1</sup> e Rousseau<sup>2</sup> como os defensores desse ponto de vista. O segundo estaria próximo de uma situação intermediária, na qual o Estado seria um aperfeiçoamento do estado de natureza e não uma alternativa radical, tal como defendida pelos autores anteriores citados. Locke<sup>3</sup> e Kant<sup>4</sup> se enquadrariam, segundo Bobbio, nesse

---

<sup>1</sup> Thomas Hobbes (1588-1679) – filósofo inglês – em uma de suas obras mais conhecidas, *Leviatã* (1651), polemiza com a tradicional tese aristotélica, segundo a qual a sociedade é resultado de um instinto primordial. Hobbes sustenta a tese de que no gênero humano, diferentemente do animal, não existe sociabilidade instintiva. Para ele, entre os humanos não existe um amor natural, mas somente uma explosiva mistura de temor e necessidade recíprocos que, se não fosse disciplinada pelo Estado, originaria uma incontrolável sucessão de violências e excessos. Precisamente porque o contrato de fundação de toda sociedade humana tem caráter artificial, faz-se necessário que o Estado seja absoluto, soberano e poderoso, capaz de suprimir qualquer tentativa de fazer prevalecer o interesse pessoal. Somente reconhecendo todos como súditos de uma autoridade externa (o Estado), os homens podem suprimir qualquer forma de antagonismo recíproco, que, segundo Hobbes, predominaria se os súditos se transformassem em cidadãos, adquirindo o direito de julgar a coisa pública (NICOLA, U. 2005 p. 236).

<sup>2</sup> Jean Jacques Rousseau (1712-1778) nasceu em Genebra. Foi inconformista, inquieto, individualista, mas também coletivista certamente iluminista e, sob certos aspectos, um romântico. É, talvez, o filósofo mais diversamente interpretado da história. Alguns o vêem como o teórico da Revolução Francesa; outros o entendem como autor de uma crítica global da sociedade moderna e há quem o veja como o nostálgico sonhador de uma perdida inocência primitiva da humanidade. Todos concordam, porém que sua mais importante obra foi o *Emílio* ou *Da Educação* (1762), pois com ela teve início a pedagogia moderna. Todavia é em *O Contrato Social* (1762) que ele expressa suas idéias sobre a sociedade, de onde se extraiu as seguintes: a) A história da humanidade não é uma evolução, mas uma degeneração; b) Enquanto princípio, a liberdade é um bem irrenunciável, a ser defendido inclusive com a força; c) A ordem social não é natural; d) A sociedade nasce quando o estado de natureza (no qual os indivíduos vivem isoladamente em estado selvagem) não é mais praticável; e) A vantagem da vida social é a agregação das forças individuais; f) O contrato que funda a sociedade deve garantir, ao mesmo tempo, a liberdade individual e o respeito às normas comuns; g) Os princípios do contrato social, mesmo quando não explicitados, fundam o direito e tornam-se evidentes quando são violados; h) Toda sociedade se funda no princípio da reciprocidade: cada indivíduo renuncia à liberdade somente se todos os outros fizerem o mesmo; i) As normas do contrato são impessoais, vinculadas a todos os membros da sociedade; j) O contrato transforma a soma das vontades individuais em uma única vontade geral; l) Pode-se pensar a sociedade como um organismo do qual os indivíduos constituem os membros; m) Todas as instituições políticas experimentadas na história são tentativas de dar forma organizada a esse organismo (*Op. cit.* p. 305 a 307).

<sup>3</sup> John Locke (1632-1704) nasceu em Wrington. Seus méritos podem ser relacionados às várias áreas dos conhecimentos: grego, retórica, ciências médicas, pedagogia, filosofia, política etc. No terreno político é considerado: “o teórico da democracia”, o “pregador da tolerância”, o “profeta de uma nítida separação entre Estado e Igreja”. Em sua obra *Dois Tratados sobre o Governo* (1690), polemiza com Hobbes e sustenta a idéia de continuidade entre a condição natural-primitiva e aquela social-política do homem. Para ele, uma sociedade não deve ser pensada como um evento artificial, em oposição a um instinto solitário e natural do indivíduo, mas como o aperfeiçoamento de uma exigência fundamental de socialização presente mesmo nas civilizações

grupo. Finalmente, o terceiro eixo adotaria o princípio de entender o Estado como algo novo, que não representaria uma negação da fase anterior. Hegel aparece citado como um representante ilustre dessa concepção.

As diferenças na classificação de Bobbio merecem uma melhor especificação. Apesar de Hobbes ser considerado o referencial de Locke e Rousseau, há diferenças importantes entre eles, notadamente aquela que diz respeito ao papel da propriedade privada na evolução da sociedade civil. Rousseau é radical em suas colocações ao afirmar que a instituição da propriedade marca a efetiva institucionalização da sociedade civil. Já Locke mantém um posicionamento mais ambíguo, em parte por constatar mudanças significativas no campo, o que prenunciava um modelo mais relacionado com o capitalismo. Autores como Marx e Adam Smith abordariam mais detalhadamente essa separação operada entre o sistema produtivo e a sociedade civil.

No final do século XVIII e durante boa parte do século XIX a preocupação inicial dos iluministas abriu espaço para outra dimensão destinada a responder como a sociedade foi evoluindo nas suas formas, deixando de lado o sentido contratualista, base das afirmações desses pensadores. Assim, o entendimento político da sociedade voltava-se para as interpretações mais voltadas para a economia. Nessa evolução, deixando claro que não se pretende uma descrição linear, sobressai a contribuição de Hegel. Esse pensador destacaria uma visão de sociedade civil na qual se materializaria a interação social dos indivíduos. Essa interação adquiriria uma tripla dimensão: a economia e todas suas implicações, a questão dos direitos assegurados pelo sistema legal no qual se assenta a sociedade e, finalmente, o que denomina de política de cooperação entendida como a singularidade de cada época na qual a sociedade se constituiu. Hegel destaca o papel das corporações e associações na preservação e

---

mais atrasadas. Sempre polemizando com Hobbes, formula os princípios da democracia liberal a qual compreende a propriedade privada como um direito inegociável e a divisão do poder em legislativo e executivo (*Op. cit.* p. 268 e 275-6).

<sup>4</sup> Emanuel Kant (1724-1804) nasceu em Königsberg, hoje Kaliningrado e é considerado o mais importante filósofo da era moderna e, talvez, de todos os tempos. Suas obras: *Crítica da Razão Pura* (1781) e *Crítica da Razão Prática* (1788) são as mais conhecidas, talvez por representarem a grande “virada” epistemológica da filosofia moderna: o criticismo. Suas idéias de caráter social e político estão expostas na *Metafísica dos Costumes* (1787) e em *Pela Paz Perpétua* (1795). Na primeira sua preocupação é com a possibilidade de eliminar as guerras e refletir sobre as condições necessárias para se realizar a paz perpétua e mundial. Para ele, o problema da paz mundial não deve se tornar uma discussão puramente teórica, mas deve ser pensada como um evento possível e se tornar uma idéia reguladora da conduta dos homens políticos. Na segunda, ele se coloca as seguintes questões: qual a melhor forma de Estado? A agressividade humana torna a guerra impossível de ser eliminada? A tese de Kant em torno destas questões é a seguinte: mesmo reconhecendo que o antagonismo e a agressividade são elementos fundadores e, portanto, não elimináveis da psicologia humana, ele afirma a própria confiança na utopia pacifista. Entende que não poderiam existir guerras civis em um Estado de direito capaz de salvaguardar os princípios da igualdade social, da liberdade individual, da representação e da divisão de poderes e defende que a constituição republicana é o melhor instrumento para a paz. Ele defende que a construção de uma liga mundial dos Estados determinaria a instauração de um direito constitucional eficaz e, portanto, o fim das guerras. (*Op. cit.* p.221 e 336-7).

manutenção de determinados privilégios quando se pensa na relação entre o indivíduo e o Estado.

Tal papel deve ser entendido dentro da obra e dos conceitos apresentados por Hegel. Na verdade, sua proposta tenta responder à forte alienação sofrida pelas pessoas na sociedade moderna e almejava a ativa participação dos cidadãos, maneira efetiva de participar da sociedade civil. Pelo menos duas contribuições podem ser extraídas da obra de Hegel. A primeira diz respeito ao reconhecimento das associações independentes como forma de mediação da sociedade civil entre o Estado e os indivíduos e a necessidade da consciência das pessoas nesse tipo de sociedade regida pela interação da economia e da política.

Uma reação à noção de sociedade civil oferecida por Hegel é dada por Marx. Para esse pensador a sociedade civil não pode ser entendida fora dos parâmetros do sistema produtivo e de seu caráter histórico como limiar da modernidade. Para ele, a sociedade civil se entende pela luta de classes que a mesma realiza no âmbito do sistema produtivo. As relações de poder dessa sociedade moderna se definem pelo antagonismo das classes envolvidas no modo de produção: operários e burgueses. O protagonismo seria exercido pela burguesia, que desde o final do absolutismo consolida sua concepção de modo produtivo e relações de poder. O Estado refletia tal embate, motivo pelo qual é entendido como elemento repressor de qualquer processo de mudança benéfico para os trabalhadores.

Em suma, pode-se observar, nessa breve trajetória, como ocorreram mudanças e transformações no entendimento do que seja a sociedade civil. Tais mudanças devem-se ao fato de que cada autor responder a questões peculiares à sua época, marcadas pelas especificidades econômicas, políticas e sociais. Mesmo assim, para efeito deste trabalho, uma nos interessa especificamente: a contribuição de Gramsci sobre a sociedade civil e outras questões relacionadas com seu entendimento sobre o funcionamento da sociedade e a relação desta com o Estado.

Gramsci se alinha ao pensamento marxista embora sua contribuição, tal como se pretende mostrar a seguir, tenha algumas particularidades consideradas importantes para entender o significado do tema desta dissertação. A maioria dos leitores desse marxista italiano o considera como o teórico da superestrutura na qual inclui a filosofia, o direito, a política, a educação, a religião etc., elementos esses que colaborariam na construção da subjetividade humana, tanto quanto a estrutura econômica, no processo de transformação e de implementação de uma sociedade diferente da capitalista. A interação dos elementos da superestrutura e infra-estrutura considerados por Gramsci, no mesmo patamar de importância, resultaria na formação de um só bloco importante para constituir o imaginário da sociedade.

Seguindo essa linha de raciocínio Portelli (1977) defende que Gramsci, ao cunhar o conceito de bloco histórico, considerou que este era constituído por superestruturas edificadas sobre dois pilares basais: a sociedade política – agrupadora do aparelho de Estado – e a sociedade civil, que comporia a maior parte da superestrutura. Ainda, seguindo as observações de Portelli, a concepção gramsciana de sociedade civil distingue dois grandes níveis superestruturais: o primeiro pode ser denominado de sociedade civil, entendida como o conjunto de organismos comumente denominados “privados” e que exerce função hegemônica sobre a totalidade da sociedade, constituindo-se em “grupo dominante”. Assim, a sociedade é que provê o conteúdo ético do Estado, já que é dela que emana o fundamento intelectual e moral que o alicerça. Num segundo nível, continua Portelli, Gramsci fornece diversas definições de sociedade civil, todas coincidentes. Em termos gerais, sociedade civil é, para o pensador italiano, o conjunto dos organismos, vulgarmente dito privados, que correspondem à função de hegemonia que o grupo dominante exerce em toda a sociedade. Neste segundo nível, a sociedade civil estaria em oposição à sociedade política (ou ao Estado). A matéria constituinte de sua base e de seu conteúdo ético seria, então, o elemento definidor da direção intelectual e moral do sistema social e, por consequência, o fundamento intelectual e moral do Estado, já que este é constituído pela sociedade política e pela sociedade civil.

Ainda, segundo Portelli (1977, p.30-32), Gramsci não se debruçou de maneira a aprofundar o estudo da sociedade política, pois, na teoria marxista clássica, tal estudo se orientava mais para a observação do aparelho de Estado do que para a direção ideológica e cultural da sociedade<sup>5</sup>.

Todavia, nos seus escritos dos *Cadernos do Cárcere*, Gramsci (2006) põe em evidência algumas definições de sociedade política tais como: a) Estado, com função de dominação direta ou de comando ou de governo jurídico; b) Ditadura, como aparelho coercitivo para conformar as massas populares ao tipo de produção e economia de um determinado momento; c) Governo Político, entendido como aparelho de coerção de Estado que assegura “legalmente” a disciplina dos grupos que recusam seu acordo, seja de modo

---

<sup>5</sup> A noção de sociedade civil, originariamente é de Hegel (1770-1831), como já mencionado; Marx a interpreta como o conjunto das relações econômicas; esta é decisiva na sociedade civil. Gramsci interpreta como o complexo da superestrutura ideológica. Em Marx, o conjunto das relações econômicas é a que determina a sociedade civil. Marx e Engels em "*A Ideologia Alemã*" a definem como o centro, o verdadeiro palco da História, abrangendo o conjunto da estrutura econômica e social. Gramsci concebe sociedade civil diferentemente de Marx e Engels ao considerá-la como o complexo da superestrutura ideológica. A sociedade civil é dada pela trama das relações que os homens estabelecem em instituições como os sindicatos, os partidos, a Igreja, a escola e assim por diante.

passivo ou de modo ativo, mas que é constituído para o comando e direção do conjunto da sociedade, como previsão aos momentos de crise, quando falha o consenso espontâneo.

Nesses modos de conceber a sociedade política, Gramsci deixa transparecer que ela tem por função o exercício da coerção, da manutenção da ordem estabelecida pela força, não só através do aparato militar, mas igualmente por meio do aparato legal, conforme seu vínculo mais ou menos estreito com a sociedade civil: ditadura pura e simples (quando é autônoma) e hegemonia política (quando dependente da sociedade civil), limitando-se ao nível técnico-militar pelo simples uso da força, ou político-militar pela direção política da coerção.

Para qualificar a sociedade política, Gramsci se utiliza quase sempre do termo *Estado*, precisando bem que se trata da concepção clássica, para ele superada, uma vez que diz respeito ao Estado-guardião da época liberal, período em que não exercia nenhuma função econômica e ideológica direta, mas limitava-se à garantia da ordem pública e do respeito às leis, através do poder coercitivo administrado por um pessoal intelectual bem delimitado: a *burocracia* que, em certa medida, se tornava uma *casta*.

Entretanto, Gramsci (2006) destaca que, em certos casos, o aparelho coercitivo do Estado pode não exercer o monopólio da força em nome da classe dirigente, especialmente quando se julga impotente para sufocar uma crise orgânica. Nesse caso, essa classe pode suscitar no seio da sociedade civil a criação de organizações para-militares que se integrarão ao Estado. Assim, o estudo das relações recíprocas entre sociedade civil e sociedade política revela que ambas são estreitamente imbricadas no seio da superestrutura do bloco histórico.

Na caracterização da sociedade civil, Gramsci considera que, como a ideologia é a da classe dirigente, ela abrange todos os ramos das atividades humanas: a arte, a ciência, a economia, a política, o direito, a educação etc. Como concepção de mundo, difundida em todas as camadas sociais para vinculá-las à classe dirigente, a ideologia se adapta a todos os grupos. Advém daí seus diferentes graus qualitativos: filosofia, religião, senso comum, folclore. Desse modo, a direção ideológica da sociedade, articula-se em três níveis essenciais: a ideologia propriamente dita, a “estrutura ideológica” (isto é, as organizações que a criam e difundem) e o “material” ideológico, isto é, os instrumentos técnicos de difusão da ideologia tais como o sistema escolar, as bibliotecas, a *mass media* etc.

Geralmente, se aceita a idéia de que maioria das pessoas adquire conhecimentos pela via da tradição, através de seus ascendentes e, ao longo de suas vivências, vão acrescentando os resultados de suas experiências vividas na coletividade a que pertencem. Desse modo, formam um “conjunto de idéias” que lhes permite interpretar a realidade, bem como um corpo de “valores” que orienta suas avaliações, julgamentos e ações. A essas idéias e valores costuma-se dar o nome de “senso comum”. É o que pensa Gramsci quando escreve:

O senso comum não é uma concepção única, idêntica no tempo e no espaço: é o “folclore” da filosofia e, como folclore, apresenta-se em inúmeras formas; seu traço fundamental e mais característico é o de ser uma concepção (inclusive nos cérebros individuais) desagregada, incoerente, inconseqüente, conforme a posição social e cultural das multidões do qual ele é a filosofia. (GRAMSCI, 2006, v.1, p.114).

O senso comum é a primeira forma de o homem pensar e, nisso, não há nenhum demérito. Mas a vida social evolui pela superação desse primeiro estágio do conhecimento em direção a uma abordagem mais crítica e coerente, características estas que não precisam ser, necessariamente, as formas mais requintadas de conhecer como a ciência e a filosofia, o que significa, mais imediatamente, que o senso comum precisa ser transformado em “bom senso”, isto é: em elaboração coerente do saber e como explicitação consciente das intenções dos indivíduos livres. De maneira bastante clara, tal idéia se manifesta na seguinte passagem:

No ensino da filosofia dedicado não a informar historicamente ao aluno sobre o desenvolvimento da filosofia passada, mas a formá-lo culturalmente, para ajudá-lo a elaborar criticamente o próprio pensamento e assim participar de uma comunidade ideológica e cultural, é necessário partir do que o aluno já conhece da sua experiência filosófica (após lhe ter demonstrado que ele tem uma tal experiência, que é um “filósofo”<sup>6</sup> sem o saber). E, já que se pressupõe uma certa média intelectual e cultural nos alunos, que provavelmente não tiveram ainda mais do que informações soltas e fragmentárias, carecendo de qualquer preparação metodológica e crítica, não é possível deixar de partir do “senso comum”, em primeiro lugar, da religião em segundo, e, só numa terceira etapa, dos sistemas filosóficos elaborados pelos grupos intelectuais tradicionais (GRAMSCI, 2006, vol. 1, p.119).

Em sentido amplo, a palavra ideologia não significa mais do que um conjunto de idéias, concepções e opiniões sobre algum assunto sujeito à discussão. Nesse sentido ela pode ser uma doutrina ou uma teoria.

Enquanto “doutrina” a ideologia é um corpo de idéias com determinado posicionamento interpretativo sobre determinados fatos. Nesse sentido se fala em ideologia liberal, ideologia marxista, ideologia comunista, ideologia democrática, ideologia cristã etc.

A “teoria” é a ideologia no sentido de organização sistemática de conhecimentos destinados a orientar a ação efetiva. Assim, se pode, por exemplo, falar da ideologia de uma escola que orienta a prática pedagógica; da ideologia religiosa que dá regras de conduta aos fiéis; da ideologia de um partido político que estabelece determinada concepção de poder e fornece diretrizes de ação a seus filiados.

---

<sup>6</sup> “De Benedetto Croce, filósofo italiano de grande influência nos meios oficiais, Gramsci retira a maior parte de seus temas, reapropriando-os, reinterpretando-os, contestando-os. Gramsci começa observando – e nisto é direta a influência de Croce – que ‘todos os homens são filósofos’, que todos os homens são intelectuais. Todavia, isto não quer dizer que todos assumam essa condição, porque não serão designados socialmente como intelectuais aqueles que trabalham com meios expressivos ‘populares’. Aqui encontramos o problema central da obra gramsciana: a relação entre os intelectuais que cumprem essa função com reconhecimento social e os que a sociedade não reconhece como intelectuais, pois seus meios de expressão cultural são ‘baixos’ ou ‘subalternos’” (GONZALEZ, 1981, p.88).

Em sentido restrito, a palavra ideologia tem sido empregada de modos específicos, segundo vários autores, mas é, sobretudo, com Karl Marx que a explicitação do conceito enriqueceu o debate em torno do assunto e de sua aplicação. Para ele, diante da tentativa humana de explicar a realidade e de dar regras à ação, é preciso considerar as formas de conhecimento ilusório que levam ao mascaramento dos conflitos sociais. Assim, na concepção marxista, a palavra ideologia adquire um *sentido negativo*, pois é sempre um instrumento de dominação; tem influência marcante nos jogos do poder e na manutenção dos privilégios que plasmam a maneira de pensar e de agir dos indivíduos na sociedade. Na concepção marxista, a ideologia seria de tal forma insidiosa que até aqueles em nome dos quais ela é exercida não percebem o seu caráter ilusório<sup>7</sup>.

Gramsci se aprofunda no significado da palavra ideologia e depois de analisá-la sob a ótica de vários autores que a empregaram escreve:

A “ideologia” foi um aspecto do “sensualismo”, ou seja, do materialismo francês do século XVIII. Sua significação original era a de “ciência das idéias”, e, já que a análise era o único método reconhecido e aplicado pela ciência, significava “análise das idéias”, isto é, “investigação da origem das idéias”. As idéias deveriam ser decompostas em seus “elementos” originários, que não poderiam ser senão as “sensações”: as idéias derivam das sensações. Mas o sensualismo podia associar-se sem muita dificuldade com a fé religiosa, com as crenças mais extremadas na “potência do Espírito” e nos seus “destinos imortais” (...). A maneira pela qual o conceito de Ideologia como “ciência das idéias”, como “análise das idéias”, passou a significar um determinado “sistema de idéias”, deve ser examinado historicamente, já que logicamente o processo é fácil de ser captado e compreendido. (...). O próprio significado que o termo “ideologia” assumiu na filosofia da práxis contém implicitamente um juízo de desvalor, o que exclui que para os seus fundadores a origem das idéias devesse ser buscada nas sensações e, portanto, em última análise, na fisiologia: esta mesma “ideologia” deve ser analisada historicamente, segundo a filosofia da práxis, como uma *superestrutura* (GRAMSCI, 2006, p. 207-8) (grifo do autor).

Mais adiante, na mesma obra, Gramsci observa que há um elemento de erro quando se considera o valor das ideologias e isto, segundo ele, se deve ao fato (não casual) de se denominar como ideologia “tanto à superestrutura necessária a uma estrutura, como às elucubrações arbitrarias de determinados indivíduos”. Assim, o sentido pejorativo da palavra “tornou-se exclusivo, o que modificou e desnaturou a análise teórica do conceito de ideologia” e adverte que:

O processo deste erro pode ser facilmente reconstituído: 1) identifica-se a ideologia como sendo distinta da estrutura e afirma-se que não são as ideologias que modificam a estrutura, mas sim vice-versa; 2) afirma-se que uma determinada solução política é “ideológica”, isto é, insuficiente para modificar a estrutura, enquanto crê poder modificá-la se afirma que é inútil, estúpida etc.; 3) passa-se a afirmar que toda ideologia é “pura” aparência. É necessário, por conseguinte, distinguir entre ideologias historicamente orgânicas, isto é, que são necessárias a uma determinada estrutura, e ideologias arbitrarias, racionalistas, “voluntaristas”. Enquanto são historicamente necessárias, as ideologias têm uma validade que é “psicológica”: elas “organizam” as massas humanas, formam o terreno no qual os

<sup>7</sup> Essas idéias foram retiradas da seguinte obra: MARX, Karl. *Para a crítica da Economia Política*. [Tradução de Edgard Malagodi]. São Paulo: Nova Abril Cultural, 1996 (Coleção Os Pensadores).

homens se movimentam, adquirem consciência de sua posição, lutam etc. Enquanto são “arbitrárias”, não criam mais do que “movimentos” individuais, polêmicas, etc. (nem mesmo estas são completamente inúteis, já que funcionam como erro que se contrapõe à verdade e a afirma) (GRAMSCI, 2006, p.237-8).

As “ideologias orgânicas”, ou seja, aquelas vinculadas a uma classe fundamental são essenciais. Em um primeiro momento a ideologia limita-se ao nível econômico dessa classe, tendendo a se propagar na medida em que a hegemonia se desenvolve sobre todas as atividades do grupo dirigente, a partir da criação de uma ou várias camadas de intelectuais que se especializam em um aspecto da ideologia do grupo dominante como as ciências, a arte, o direito etc. Tais aspectos, embora aparentemente independentes, constituem aspectos de um mesmo todo que, como bem coloca Portelli (1977, P.23) é “a concepção de mundo da classe fundamental”.

Portanto, Gramsci considera que, enquanto concepção de mundo, a ideologia tem a função positiva de atuar como “cimento social”. Quando incorporada ao que chamou de “senso comum”, ela ajudará a estabelecer o consenso, o que, em última análise, confere hegemonia a uma determinada classe, que passará a ser dominante.

Contrário a uma concepção puramente mecanicista, Gramsci (1989) não considera que os dominados permaneçam sempre submissos, pois intelectuais surgidos da própria classe subalterna poderão trabalhar, a partir do senso comum, elementos de bom senso e de sentimento de classe para levar a classe dominada a uma conscientização filosófica, em que a realidade concreta seja descoberta pela análise da gênese do processo e, daí, à formulação de um discurso contra-ideológico.

Na concepção marxista clássica as características da ideologia podem ser assim resumidas: a) conjunto de representações que procura ensinar aos homens a pensar, valorizar, sentir e agir/fazer; b) tem por função assegurar determinada relação dos homens entre si e com suas condições de existência, adaptando os indivíduos às tarefas prefixadas pela sociedade e manter a dominação de uma classe sobre outra; c) camufla as diferenças de classe e os conflitos sociais, ora com a descrição da “sociedade una e harmônica”, ora com a justificação das diferenças existentes; d) procura assegurar a coesão dos homens e a aceitação sem críticas das tarefas mais penosas e pouco recompensadoras, em nome “da vontade de Deus” ou do “dever moral” ou simplesmente como decorrente “da ordem natural das coisas”. Além disso, o discurso ideológico, segundo a concepção marxista clássica, é abstrato, lacunar e faz uma análise invertida da realidade separando o pensar e o agir.

Contraopondo-se a essa concepção marxista clássica, Gramsci diz que se pode dar à ideologia,

(...) o significado mais alto de uma concepção de mundo que se manifesta implicitamente na arte, no direito, na atividade econômica, em todas as manifestações de vida individuais e coletivas – isto é, o problema de conservar a

unidade ideológica de todo o bloco social, que está cimentado e unificado justamente por aquela determinada ideologia (GRAMSCI, 1989, p.16).

Desse modo, Gramsci propõe a possibilidade de um discurso contra-ideológico, com vistas ao preenchimento das lacunas pela busca da gênese do processo. Para ele, a ação e o pensamento humanos nem sempre se acham totalmente determinados pela ideologia no sentido em que ela é concebida pelo marxismo clássico. Sempre há espaços para a crítica, fendas que possibilitam a elaboração de outro discurso e, insurgindo-se contra a força da ideologia dominante, Gramsci se pronuncia dizendo que

(...) se torna necessário demonstrar sempre a futilidade do determinismo mecânico, o qual, justificável enquanto filosofia ingênua da massa e tão somente enquanto elemento intrínseco de força, quando é elevado à filosofia reflexiva e coerente por parte dos intelectuais, torna-se causa de passividade, de imbecil auto-suficiência; e isto sem esperar que o subalterno torne-se dirigente responsável. Uma parte da massa, ainda que subalterna, é sempre dirigente e responsável, e a filosofia da parte precede sempre a filosofia do todo, não só como antecipação teórica, mas como necessidade atual. (GRAMSCI, 1989, p. 24)

Todavia, o trabalho de desvelamento da realidade, não é simples. Cada indivíduo já nasce mergulhado numa ideologia presente na educação familiar e escolar, nos meios de comunicação de massa – enfim, em todos os terrenos da vida cotidiana – impedindo a flexibilização das formas de pensar e agir e determinando a repetição de fórmulas tidas como prontas e acabadas. Entretanto, é exatamente nesses espaços, nessas fendas deixadas pela ideologia veiculada que é possível o início de um processo de conscientização que pode vir a se contrapor à ideologia vigente.

Isto não significa que é possível, de imediato, contrapor um discurso pleno ao discurso lacunar da ideologia vigente, mas é possível a elaboração da “crítica”, do contra-discurso, que revele a contradição interna do discurso ideológico e que o faça implodir. É esse o papel da teoria, encarregada de desvendar os processos reais e históricos dos quais se origina a dominação de uma classe sobre outra, enquanto a ideologia visa exatamente o contrário, ou seja, a dissimulação dessa diferença ou a justificação dela. Além disso, a teoria estabelece uma relação dialética com a prática, ou seja, uma relação de reciprocidade e simultaneidade, e não hierárquica como no discurso ideológico. A essa relação indissolúvel entre teoria e prática, Gramsci chamou de *práxis*, para explicar que não há agir humano que não tenha sido antecedido de um projeto, da mesma forma que a teoria não é algo que se produza independentemente da prática, pois seu fundamento é a própria prática. Ora, os homens conhecem as coisas na medida em que as produzem e, por isso, toda teoria se torna lacunar – e, portanto, ideológica – sem o trânsito entre o fato e o pensado.

Assim, pode-se dizer que o saber que resulta da prática (ou do trabalho) é um “saber instituinte” e, nesse sentido, é vivo, móvel, com toda a força decorrente do processo de se fazer. Ao contrário, o saber ideológico é “saber instituído”, esclerosado, morto. Daí a

importância da filosofia da *práxis*, como crítica da ideologia, para romper as estruturas petrificadas que justificam as formas de dominação. Nesse sentido, Gramsci afirma: “Uma filosofia da *práxis* só pode apresentar-se, inicialmente, em uma atitude polêmica e crítica como superação da maneira de pensar precedente e do pensamento concreto existente (ou mundo cultural existente)” (GRAMSCI,1989, p.18). E mais adiante acrescenta:

A posição da filosofia da *práxis* é antitética (...): a filosofia da *práxis* não busca manter os “simplórios” na sua filosofia primitiva do senso comum, mas busca, ao contrário, conduzi-los a uma concepção de vida superior. Se ela afirma a exigência do contato entre intelectuais e os simplórios não é para limitar a atividade científica e para manter uma unidade no nível inferior das massas, mas justamente para forjar um bloco intelectual-moral, que torne politicamente possível um progresso intelectual de massa e não apenas de pequenos grupos intelectuais. (GRAMSCI,1989, p.20).

Essas colocações remetem a uma das questões mais particulares do pensamento de Gramsci e que diz respeito à separação, ou não, entre a teoria e a prática, uma vez que coloca os homens como centro do avanço da história. Entretanto, como se nota no trecho anteriormente mencionado, os homens desempenham um papel importante na evolução e na transformação social de qualidade. Contudo, adquirir essa qualidade é algo destinado aos intelectuais que não devem se afastar das bases, daqueles que não chegariam a decifrar as relações mais complexas da sociedade. Por essa razão, das contribuições de Gramsci pode-se extrair que a teoria precisa ser difundida até a sua compreensão total. Tal processo não significa uma simplificação da teoria, mas uma elevação cultural e intelectual do povo, fortalecendo sua formação e consolidando suas convicções, o que resulta num aumento da capacidade crítica e prática da sociedade na qual se encontra inserido. Deste modo, o indivíduo deixará de ser objeto para tornar-se sujeito ativo, construtor da história.

Na tentativa de viabilizar essa aparente dicotomia entre teoria e *práxis*, Gramsci situa dentro da sociedade civil, a luta pela hegemonia, entendida como um embate entre o grupo que detém o controle da sociedade e aqueles que almejam sua chegada ao poder. Contrariando o pensamento marxista clássico, notadamente as contribuições de Lênin que via no proletariado e na luta revolucionária o meio para se chegar ao poder, o pensador marxista italiano sugere que, para que uma classe possa se tornar dirigente deve lutar dentro de suas concepções ideológicas, entendida como uma visão de mundo, na sua organização e na sua superioridade moral e intelectual. Sem o reconhecimento dessa superioridade pelas demais classes, dificilmente a classe que almeja o poder atingirá seus objetivos (a conquista do poder), pois não formará o denominado bloco histórico, ou seja, um sistema articulado e orgânico de alianças sociais ligadas por ideologias e culturas comuns.

Ora, se os grupos no poder criam problemas para a sociedade e para os menos favorecidos, a hegemonia implica em oferecer soluções para tais problemas. Justamente essa

alternativa é a responsável principal e desencadeadora da crise dos grupos dominantes, bem como pela capacidade e reconhecimento dos grupos alternativos. Entretanto, não convém esquecer que o mesmo procedimento será utilizado pelo grupo que se encontra no poder. Estabelece-se, dessa forma, uma guerra de informações e contra-informações sempre procurando legitimar pontos de vista, visões e interesses de classes. Gramsci lembra que a função hegemônica de um grupo é adquirida pelo consenso, conseguido pelo controle da sociedade civil.

Seria utopia pensar que uma classe hegemônica detenha todo o controle sobre os demais componentes e grupos sociais. Quem está no poder, lembra Gramsci, tem uma colaboração daqueles que acreditam nas suas concepções, mas têm que dominar o resto que discorda deles. Por isso, seria oportuno crer na impossibilidade do domínio ou submissão total de um grupo na sociedade. Um grupo que almeja à direção da sociedade deve ser dirigente antes mesmo da conquista do poder, além de manter uma coesão sem a qual sua ação ficaria dificultada e mal compreendida.

Desde o momento em que busca o poder, esse grupo tem que agir dentro das superestruturas da sociedade civil, mostrando nela todas suas convicções e crenças. Sem essa ação, dificilmente se conseguirá a tão necessária unidade nas manifestações do grupo que procura o poder. Esse seria o sentido dado por Gramsci à afirmação anterior de que se deve dirigir a sociedade antes mesmo de parecer hegemônico, pois dessa maneira, o grupo em questão já apresentaria soluções para os problemas sociais. Esse seria o campo de atuação dos intelectuais.

Efetivamente, o intelectual, na visão de Gramsci, deve ser orgânico o que equivale a afirmar que a existência desse membro da sociedade liga-se totalmente às bases nas quais nasce, cresce e vive. Estabelece-se, dessa forma, um vínculo de fidelidade entre ele e o grupo que representa. Por meio desse vínculo e presença constante o intelectual divulga sua ideologia e suas crenças tornando-a hegemônica e clara para os demais membros da comunidade. Seria uma espécie de base na qual e pela qual passariam os mais variados temas do cotidiano da sociedade, ou como ele mesmo deixa entrever um elo de ligação entre a estrutura e superestrutura ideológica. Sem essa junção a produção intelectual seria inútil e não passaria de meras considerações sem que cheguem a ter sentido dentro do grupo no qual se encontra inserido.

Apesar da prioridade dada a Gramsci neste trabalho, não se pode deixar de apresentar outras concepções, também relevantes, seja por realizar uma releitura do marxista italiano, seja por contribuir na tentativa de decifrar algumas visões e concepções de tempos mais recentes, posteriores ao universo vivenciado por ele.

## 1.2 Alternativas para a compreensão da sociedade global

Norberto Bobbio (1909-2004), contemporâneo de Gramsci, também vivenciou o movimento fascista fundado por Benito Mussolini, em 1922, o qual tinha, assim como o nazismo, a crença na superioridade de uma "raça" sobre as demais, além de uma forma de governo autoritária que suprimia as liberdades individuais e praticava a violência contra àqueles que se opunham a sua visão de mundo. Tanto um como outro foram presos por suas idéias e sofreram a repressão. Todavia, Bobbio teve a oportunidade de ver a queda de Mussolini e conhecer outras formas de governo ao longo de sua trajetória o que não aconteceu com Gramsci que viveu apenas 46 anos, muitos dos quais vividos no cárcere. Por essa razão, sua curta existência acabou sendo marcada pela presença forte de um modelo autoritário como era o fascismo italiano.

Na opinião de Celso Lafer, Gramsci foi homem de ação, de grande inteligência, capacidade de mobilização e de discurso que desafiava Mussolini; Bobbio foi homem de contemplação e que fez uso público da razão para desatar nós, pensando e olhando para os diversos lados de um problema, o que o caracterizou como um filósofo analítico, especialmente na área da filosofia do direito e das ciências sociais.<sup>8</sup>

Bobbio, considerado um dos mais respeitados leitores da obra de Gramsci e de Marx, bem como de outros grandes pensadores da política, procurou atribuir um significado à palavra ideologia, levando em consideração as contribuições de outras áreas como a filosofia, a sociologia e a política (tanto prática como científica). Nessa sua empreitada apontou duas tendências gerais na gama de significados atribuídos ao conceito de ideologia, conceitos esses concentrados no que denominou de: “significado fraco” e “significado forte”.

Mario Stopino explica essas designações de Bobbio da seguinte maneira:

No seu significado fraco, Ideologia designa o *genus* ou a *species* diversamente definida, dos sistemas de crenças políticas: um conjunto de idéias e de valores respeitantes à ordem pública e tendo por função orientar os comportamentos políticos coletivos. O significado forte tem origem no conceito de Ideologia de Marx, entendido como falsa consciência das relações de domínio entre as classes, e se diferencia claramente do primeiro porque mantém, no próprio centro, diversamente modificada, corrigida ou alterada pelos vários autores a noção da falsidade: a Ideologia é uma crença falsa. No significado fraco, Ideologia é um conceito neutro, que prescinde do caráter eventual e mistificante de crenças políticas. No significado forte, Ideologia é um conceito negativo que denota precisamente o caráter mistificante da falsa consciência de uma crença política (STOPINO, 1998, p.585).

Segundo Stopino (1998), contemporaneamente, o significado fraco da palavra ideologia, tanto na acepção geral quanto na particular, é predominante na sociologia política e

---

<sup>8</sup> LAFER, C. “Prefácio”. In BOBBIO, N. O tempo da memória: De senectude e outros escritos autobiográficos. [Tradução de Daniela Versani]. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

nas ciências em geral. Encontra-se tanto nas tentativas teóricas tradicionais como nas inovadoras, bem como na interpretação dos vários sistemas políticos e na análise comparada dos mesmos. É possível localizá-la, também, nas investigações empíricas que têm por objeto averiguar os sistemas de crenças políticas que se apresentam nos estratos politizados ou na massa dos cidadãos.

Para o mesmo autor, nas épocas mais recentes, aquilo que é considerado “ideológico” é contraposto, implícita ou explicitamente, ao que é “pragmático”, de tal modo que a acepção da palavra ideologia ficou reduzida “a uma crença, a uma ação ou a um estilo político” que se fundamenta ou em uma doutrina, ou em um dogma ou em um forte componente passional, os quais são diversamente definidos e organizados por vários autores (especialmente sociólogos) que costumam ligar o significado fraco de ideologia a questões de ordem teleológica ou ao tema do declínio das ideologias nas sociedades industriais do Ocidente. Esse modo de pensar originou, a partir dos anos 50 e 60 do século XX, um complexo e longo debate que, sob certos aspectos, ainda não terminou.

Quanto ao significado forte da ideologia, Stopino (1998, p.586) assinala que sofreu “singular evolução”, tomando duas direções. A primeira seria com o pensamento de Vilfredo Pareto (1848-1923) cuja crítica é “minuciosa e incansável a respeito da falsidade e dos tipos particulares de falsidade das teorias sociais e políticas” e também quanto à gênese da ideologia como elemento de domínio social que “passa para segunda ordem e deixa lugar para os instintos fundamentais da natureza humana”. Nesse mesmo sentido, Bobbio afirma que “aquilo que para Marx é (...) produto de uma determinada forma de sociedade, para Pareto torna-se um produto da consciência individual” (STOPINO, 1998, p. 586). Desse modo, como diz Stopino, é Pareto quem

(...) abre o caminho para a interpretação neopositivista, segundo a qual a Ideologia designa as deformações que os sentimentos e as orientações práticas de uma pessoa operam nas suas crenças, travestindo os juízos de valor sob a forma simbólica das asserções de fato. Deste modo é mantido o requisito da falsidade da Ideologia, mesmo se interpretado de modo muito particular; mas perdeu-se completamente a sua gênese social” (*Idem, ibidem*).

A segunda direção diz respeito à crítica feita por Karl Mannheim (1893-1947) que, segundo Stopino, desprezou a gênese marxista da Ideologia (as relações de dominação) e deslocou a atenção para o fenômeno, muito generalizado, da determinação social do pensamento de todos os grupos sociais enquanto tais, ou seja, colocou no mesmo plano todas as crenças e visões de mundo das diversas sociedades, classes, igrejas, seitas etc. atribuindo-lhes igualmente o estatuto de “verdadeiras” e abandonando o conceito de ideologia no seu significado originário.

Ainda, segundo Stopino, a ciência política contemporânea, bem como as ciências sociais, em geral, tendem a pôr de lado os significados originais de ideologia relegando-os ao domínio da crítica ou da sociologia do conhecimento e considerando-os, explícita ou implicitamente, como de pouca utilidade para o estudo dos fenômenos sociais e/ou políticos.

Assim sendo, pode-se concluir que os conceitos de ideologia forjados por Marx (falsa consciência) e Gramsci (concepção de mundo que atua como cimento social) foram tentativas importantes para se explicar como e por que as relações sociais se davam de tal modo nos contextos históricos e nos espaços geográficos vividos por eles. Entretanto, tais conceitos foram perdendo a força teórica no mundo do século XX que viveu duas guerras mundiais, a revolução russa, o comunismo, o fascismo, o nazismo, Auschwitz, Hiroshima, o fim da guerra fria e a desagregação da URSS, o terrorismo internacional, entre outros episódios, para os quais se tornou necessário buscar outras explicações e propor novas maneiras de pensar.

Com as Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, o mundo se tornou uma “aldeia global” e, graças a elas, pode-se saber que todos os povos – a despeito de suas especificidades, crenças, usos e costumes – depois dos eventos dramáticos vividos no século XX estão, seguramente, em busca de paz, liberdade, democracia e garantia de direitos individuais e de cidadania. Nesse contexto, é de fundamental importância estabelecer alguns parâmetros para determinar o que se entende, mais contemporaneamente, por sociedade civil, agora denominada sociedade civil global. Nesse sentido, John Keane, professor de política da Universidade de Westminster e do *Wissenschaftszentrum* Berlin, pesquisador das origens da idéia de sociedade civil e das suas transformações a define como:

(...) um espaço social vasto, interconectado, composto por múltiplas camadas que compreendem muitas centenas de instituições auto-direcionadas ou não-governamentais e modos de vida. Pode ser comparada – utilizando-se, por um momento, um modelo ecológico – a uma dinâmica biosfera. Essa complexa biosfera se conforma e se comporta de forma poliárquica, plena de tensões horizontais, conflitos verticais e acordos, principalmente porque compreende uma desconcertante variedade de habitats e espécies que interagem entre si: organizações, iniciativas cívicas e empresariais, coalizões, movimentos sociais, comunidades lingüísticas e identidades culturais. (KEANE, 2003b, p.23).<sup>9</sup>

Ainda de acordo com Keane, a noção contemporânea de sociedade civil global é radicalmente distinta de qualquer visão precedente de sociedade civil, conformando uma nova cosmovisão que se origina a partir da intersecção de sete correntes temáticas, que se sobrepõem, originadas no pensamento de diversos intelectuais no final dos anos 1980: 1) o

---

<sup>9</sup> Traduzido de “*Global civil society is a vast, interconnected, and multi-layered social space that comprises many hundreds of thousands of self-directing or nongovernmental institutions and ways of life. It can be likened—to draw for a moment upon ecological similes—to a dynamic biosphere. This complex biosphere looks and feels expansive and polyarchic, full of horizontal push and pull, vertical conflict, and compromise, precisely because it comprises a bewildering variety of interacting habitats and species: organisations, civic and business initiatives, coalitions, social movements, linguistic communities, and cultural identities*”. (KEANE, 2003b, p. 23) [Tradução livre da autora].

renascimento da velha linguagem da sociedade civil – principalmente a partir do leste europeu; 2) uma grande apreciação das conseqüências da revolução tecnológica para os meios de comunicação; 3) a crescente consciência – fomentada pelos movimentos ambientalistas e pela paz – de que todos os seres humanos são co-participes do mesmo mundo; 4) a consciência de que o fim do bloco soviético implica a necessidade de uma nova ordem política global; 5) a difusão global da economia capitalista de mercado e do neoliberalismo; 6) a desilusão com as promessas não cumpridas pelos Estados pós-coloniais; 7) a crescente preocupação com a miséria e os perigos produzidos pelo colapso de impérios e Estados e o início de guerras civis (KEANE, 2003b, p.23-4).

Portanto, para Keane, a sociedade civil global constitui um projeto inacabado que compreende grupamentos de instituições sócio-econômicas e indivíduos que se organizam através das fronteiras, com o objetivo deliberado de redesenhar o mundo com outros contornos. Tais instituições e atores não-governamentais se empenham em pluralizar o poder e a problematizar a violência, com a intenção de que, mediante suas ações, seus efeitos pacíficos ou “civis” sejam sentidos em todas as partes, em âmbito planetário (KEANE, 2003b, p.8).

Por seu caráter não-governamental, a sociedade civil global aglutina indivíduos, organizações com e sem fins lucrativos, movimentos sociais, comunidades lingüísticas e culturais abarcando, nesse sentido, clubes e instituições filantrópicas, intelectuais proeminentes, *think-tanks*, grupos de lobby, grandes e pequenas corporações, a mídia independente, grupos organizados via Internet e web sites, federações de empregadores, sindicatos, comissões internacionais, cúpulas paralelas e organizações esportivas que, em conjunto, instituições e indivíduos, constituem um espaço não-governamental vasto e interconectado de milhares de formas de vida mais ou menos auto-direcionadas. Tal diversidade possui, ao menos, um aspecto em comum: a despeito das barreiras temporais e das imensas distâncias geográficas, se organizam de forma deliberada, conduzindo suas atividades sociais e políticas através das fronteiras das estruturas governamentais.

Entretanto, Keane considera que a sociedade civil global constitui mais do que um mero fenômeno não-governamental. Antes, trata-se de uma forma de sociedade – um conjunto dinâmico de processos sociais interligados. Visto dessa forma, na sociedade civil global, atores individuais ou coletivos se encontram inter-relacionados e funcionalmente interdependentes. Na medida em que se trata de uma “sociedade de sociedades”, ela é mais ampla do que qualquer ator individual ou organização ou até mesmo, do que a soma combinada de todas as suas partes constituintes, partes estas que, paradoxalmente, muitas das vezes, não se conhecem presencialmente.

Em suma, a sociedade civil global é um conjunto complexo de formas diferenciadas e sobrepostas de ação social cuja civilidade é o aspecto mais ressaltado pelo cientista político australiano. Neste sentido, e ainda que longe de ser um paraíso na terra, a sociedade civil global se caracterizaria por ser um “(...) espaço multi-dimensional da não-violência” devido ao fato de muitos de seus participantes “compartilharem uma perspectiva pacificamente cosmopolita do mundo” no qual os atores que a constituem, admiram e envidam esforços, cada um, a sua maneira, para a manutenção da paz (KEANE, 2003b, p.12 e 145). Conseqüentemente, cultivam os princípios da não-violência para os quais a educação seria, assim, potencialmente uma das grandes defensoras e catalisadoras da sociedade civil global e de seu *ethos*.

Dentre as normas do comportamento da sociedade civil global, observadas por Keane, destacam-se as seguintes: flexibilidade, abertura, disposição para respeitar os outros, auto-organização, curiosidade, experimentação, não-violência, implementação das redes pacíficas através das fronteiras e, principalmente, um forte sentimento de responsabilidade pela biosfera.

Considerando-se as forças e processos que operam a partir da sociedade civil, não há uma linha clara de separação entre o nacional e o global: ambas as dimensões se cruzam e se redefinem constantemente. Desse modo, no que tange ao entendimento das dinâmicas da sociedade civil global não há uma fronteira identificável entre o interior e o exterior, mas, antes, padrões de interdependência e co-dependência entre partes distintas – sejam locais, nacionais ou globais. Portanto, a consciência da sociedade civil global é relevante na medida em que qualifica indivíduos, grupos e organizações a empregar suas forças para além das fronteiras convencionais provendo estruturas e regras não-governamentais e, assim, possibilitando que indivíduos e grupos se engajem nas mais distintas situações transfronteiriças para oferecer oportunidades para a denúncia e para a redução da violência, resgatando a cultura do cosmopolitismo de sua conotação negativa.

Mesmo reconhecendo a existência de “bolsões de incivilidade”, Keane (2003b, p.12) enfatiza o aspecto civilizado da sociedade civil global. Mas, por um lado, o autor não se empenha em fazer um minucioso exame das raízes que originam tais redutos e, por outro, seu raciocínio deixa claro que um dos aspectos mais promissores da sociedade civil global seria o conjunto de suas tradições ligadas às políticas civilizadoras. Em suas palavras: “(...) à capacidade de seus atores de criar redes de campanhas publicamente organizadas contra os arquipélagos de ‘incivilidade’ existentes dentro e além de suas fronteiras” (KEANE, 2003b, p.153).

Contudo, identifica-se aqui um problema: como a sociedade civil global pode ser uma promotora da paz, a partir do momento em que uma de suas grandes forças motrizes – o turbocapitalismo, para usar um termo do próprio Keane – se reproduz e se desenvolve gerando uma série de desigualdades e conseqüências deletérias tanto para a biosfera quanto para a própria humanidade? Não seriam, por exemplo, os grupos e corporações empresariais – parte de tal “sociedade civil global civilizadora” – responsáveis pela produção e comercialização de armas?

No esforço de atualizar o conceito de sociedade civil, e especialmente de sociedade civil global, percebe-se que, a partir dos eventos que tiveram Seattle como palco, em 1999, durante a terceira conferência ministerial da Organização Mundial do Comércio (OMC) – provavelmente a primeira manifestação de contestação política global largamente difundida em tempo real pela mídia e talvez, a primeira oportunidade de se observar, *in loco* e de qualquer parte do Planeta aquilo que Marshall Macluhan chamou de “aldeia global” – tantos teóricos liberais assumidamente cosmopolitas (KALDOR, 2003) quanto comunistas céticos (FROST, 2001), têm se apropriado do termo enquanto, principalmente, uma categoria normativa ou ética que deve ser promovida e cultivada pelo mundo afora. A partir dessa formulação, a sociedade civil global tem sido apresentada como o conjunto de atores, instituições e práticas que provavelmente reproduzirão as rendições aos valores liberais da democracia, da liberdade, da participação e da cidadania em escala global. Até esse ponto, tais proposições sugerem que a sociedade civil global deveria ser um programa normativo a ser fomentado para que se torne realidade.

Entretanto, entende-se também que o conceito pode ser compreendido de uma forma alternativa que considere a sociedade civil global como uma realidade histórica em vez de um projeto político; como uma categoria crítica destituída de qualquer atributo liberal-democrático, mas mais exata e especificamente retratada como o *locus* das lutas sócio-políticas da modernidade, as quais contêm muitos projetos ideológicos, freqüentemente incompatíveis. Isso não exclui a possibilidade de inclusão de significados éticos ou normativos ao conceito de sociedade civil global, mas implica na ênfase da necessidade de embasar ambos os atributos histórica e sociologicamente, através da identificação de suas estruturas concretas e dos processos que dão suporte às normas éticas e aos valores associados à sociedade civil.

Primeiramente, a globalização da sociedade civil é um processo que tem se desdobrado – de forma desigual, é fato – pelos últimos três séculos, principalmente como resultado de um impacto histórico mundial que remonta ao período mercantilista e colonial.

Em um segundo momento, todavia, percebe-se que essa irregularidade na reprodução global da sociedade civil gerou complexas e variadas expressões de sociedade civil global.

Como consequência desse fenômeno, supõe-se que as muitas expressões da sociedade civil global contemporânea podem ser vistas como reações negativas às inúmeras tentativas neoliberais para promover uma sociedade civil global como um “projeto a ser realizado”, cujas bases são fundamentadas não a partir de demandas que brotem de forma legítima dos anseios dos cidadãos, expressos pelas propostas articuladas por inúmeros coletivos integrantes da sociedade civil, mas como continuidade de um projeto ideológico articulado mais no sentido de socializar perdas para a grande maioria dos indivíduos de um lado, enquanto, de outro, se protege os interesses do capital, em primeira instância.

Pelo exposto anteriormente não resta dúvida com relação à existência, como uma espécie de pano de fundo, de interesses econômicos em jogo toda vez que se pensa na sociedade civil, seja nas reflexões de Gramsci ou dos demais autores apresentados no transcorrer das páginas anteriores. Embora Gramsci seja um dos teóricos importantes para identificar esses grupos, não se pode ignorar que hoje, as sociedades nacionais ou locais vêm seus limites de ação ultrapassados, se inserindo em um contexto dominado pelo capital, capital esse, também globalizado. Por esses motivos, ao tentar identificar e conceituar as dimensões desse bloco dominante é importante resgatar a trajetória pela qual o capital acabou se afirmando num mundo cada vez mais globalizado. Essa será a grande questão que se pretende abordar no capítulo seguinte.

## CAPÍTULO II

### CAPITALISMO E INFORMACIONALISMO

*“A moeda é nossa, mas o problema é de vocês”.*  
John Connally  
Secretário do Tesouro norte-americano

O viés descrito no capítulo anterior constitui um dos elementos no qual a sociedade civil deve ser inserida para compreender como se manifestam suas contradições internas. Entretanto, convém apontar outros componentes importantes na hora de identificar os mecanismos presentes na sociedade contemporânea, preocupação principal de nosso trabalho. Nessa tentativa de aproximação para decodificação, duas partes importantes compõem o presente capítulo. Num primeiro momento, será discutida a maneira pela qual se passou do padrão-ouro para o modelo neoliberal. A intenção desse estudo reside em compreender como um país passou a fazer valer seus pontos de vista, os quais lhe deram a liderança econômica e política no cenário global. Num segundo momento, dentro deste segundo capítulo, será abordada uma das manifestações mais palpáveis do capitalismo contemporâneo, o denominado informacionalismo e as manifestações sociais portadoras de pontos de vista contrários aos valores imbuídos nessa configuração do capitalismo recente.

#### **2.1 Do padrão-ouro ao neoliberalismo**

A partir das três últimas décadas do século XX, uma nova revolução, fundamentada nas Tecnologias da Informação e da Comunicação, vem modificando de forma acelerada a sociedade pós-industrial. Esse período, que surge após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), pode ser caracterizado pela automação, pela substituição do trabalho intelectual por aquele realizado pelos computadores e pela intensa comunicação entre os povos, em função da sistemática difusão das Tecnologias da Informação e da Comunicação. Essas mudanças redundaram em significativas transformações do paradigma econômico reestruturando o capitalismo, na medida em que a maioria das economias do planeta passa a interdepende umas das outras, em escala global. Constata-se também, nesse período, a descentralização e interconexão das empresas, o aumento do capital frente ao trabalho, com o declínio do sindicalismo e crescente desemprego, a incorporação massiva da mulher no mundo do trabalho, além da queda do Estado soviético, alterando a geopolítica internacional, em consequência do fim da Guerra Fria, bem como a intervenção dos Estados para desregular os mercados de forma seletiva, desmantelando o sistema de bem-estar social, e a difusão da lógica das redes em todas as formas de organização.

Em 1978, Poulantzas afirmava que:

O específico do Estado capitalista é que este absorve o tempo e os espaços sociais, estabelece suas matrizes e monopoliza sua organização, convertendo-a, por sua ação, em redes de domínio e poder. Por isso, a nação moderna é produto do Estado. (POULANTZAS. *Apud* FERNANDES-CARRIÓN p.109).<sup>10</sup>

Manuel Castells, por sua vez, assinala que "(...) o controle estatal sobre o espaço e o tempo se vê superado cada vez mais pelos fluxos globais de capital, bens, serviços, tecnologia, comunicação e poder" (2000, p. 271).

Entretanto, a esse propósito, concorda-se com as colocações de Fernández-Carrión, quando diz que é de fundamental importância enfatizar que tal relação de dependência supranacional se dá em função da atuação hegemônica dos EUA, fato ignorado tanto por Poulantzas, quanto por Castells.

Para consolidar-se como a única potência mundial, os Estados Unidos conformaram um novo modelo institucional, de valores culturais e estrutura social peculiar, que tende a uniformizar os países desenvolvidos e os em desenvolvimento e, em conseqüência, sua cultura, sua política e sua economia, ou seja, todo o conjunto da sociedade. Esse fenômeno tem sido chamado de *globalização*, e seu sentido foi assim definido por Noam Chomsky:

Seu interesse é o capital (antes de tudo, o capital financeiro); as pessoas são secundárias. O sentido técnico da globalização é o de uma forma concreta de integração internacional imposta durante os últimos vinte e cinco anos, mais ou menos, pelas grandes potências, principalmente pelos Estados Unidos e suas instituições, o Banco Mundial e o FMI. (CHOMSKY, 2002, p.122).<sup>11</sup>

Não se pretende realizar aqui um inventário das tragédias desencadeadas pela ação direta ou indireta dos EUA a partir da Segunda Guerra Mundial, fruto da sua supremacia hegemônica. Entretanto, não se podem esquecer alguns fatos relacionados com essa questão: o bombardeio atômico dos EUA em Hiroshima e Nagasaki, que ocasionou a morte de centenas de milhares de seres humanos pelo uso das bombas atômicas; os resultados da sua presença no Vietnã e no Camboja, na América Central e América do Sul, que não trouxe, para esses países, outros resultados senão a morte, a destruição e a completa desestabilização econômica e social; centenas de milhares de civis iranianos acabaram mortos pelo Iraque com armas e dinheiro ofertados a Saddhan Hussein pelos mesmos estadunidenses que, mais tarde, se tornaram seus inimigos. É necessário lembrar, ainda, dos inúmeros afegãos que também perderam suas vidas nas mãos do Talibã, equipadas com armas e dinheiro dos EUA; das muitas vítimas resultantes da invasão do Panamá e dos bombardeios em Kosovo; do mais de

<sup>10</sup> A observação em referência consta do texto do autor mencionado, intitulado "*Aproximación a las relaciones de poder en la red*", publicado em:

[http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom\\_publica2.php?grup=66&id=271&idioma=gl](http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?grup=66&id=271&idioma=gl)

<sup>11</sup> Traduzido de: "*Su interés es el capital (ante todo, el capital financiero); las personas son secundarias. El sentido técnico de la globalización es el de una forma concreta de integración internacional impuesta durante los últimos veinticinco años, más o menos, por las grandes potencias, principalmente por Estados Unidos, y sus instituciones, el Banco Mundial y el FMI*" (CHOMSKY, 2002, p.122). [Tradução livre da autora].

um milhão de iraquianos mortos<sup>12</sup>, em função do bloqueio que os EUA impuseram ao seu país e dos bombardeios ali realizados.

Fora os milhões de vítimas contabilizados até aqui, em função de conflitos militares, aponta-se também a injusta concentração de riquezas gerada pelo capitalismo e fomentada pelas ditaduras econômicas impostas pela nação mais rica do planeta. Tais fatores são responsáveis pela criação de uma massa de 800 milhões de famintos no planeta, conforme a *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO/ONU)<sup>13</sup>, matando anualmente mais pessoas do que Hitler o fez em toda a história do nazismo.

Os Estados Unidos da América também são os responsáveis pelo maior dos crimes contra o meio-ambiente, a natureza e toda a humanidade, recusando-se a assinar o Tratado de Kioto, e outras convenções internacionais para cessar a poluição ambiental. Assim, o mundo observa perplexo que a habilidade dos EUA em conquistas imperiais, como a que se faz no Iraque, depende da sua óbvia supremacia militar e do jogo de interesses econômicos defendidos por suas mega-corporações. A hipocrisia usada para justificar esses atos se evidencia no fato de que as alegações sempre se apóiam em motivos de natureza ética e social, como o desrespeito aos direitos humanos ou a ausência de um regime democrático. Verifica-se, entretanto, que as razões pelas quais a política externa norte-americana se mobiliza prestam-se, em primeira instância, a cumprir sua agenda expansionista visando o controle geoestratégico de reservas de bens naturais que não lhe pertencem.

A supremacia militar norte-americana, como observam Hensman e Coreggia, em artigo publicado pelo *The Economic and Political Weekly* (Índia)<sup>14</sup>, está baseada no uso do dólar como moeda global de "aceitação geral" (*currency*). É a hegemonia do dólar que serve de base para o domínio econômico dos EUA em geral, para seu aparente ilimitado uso do poder, que os permite manter centenas de milhares de soldados estacionadas em todo o mundo.

Em um estudo intitulado *U.S. Competitiveness in the Global Financial Services Industry*<sup>15</sup>, Lawrence G. Franko observa que poucas pessoas, nos EUA, percebem que a

---

<sup>12</sup> Segundo pesquisa conduzida pela *Bloomberg School of Public Health* da Johns Hopkins University, Baltimore, Maryland, EUA, junto à *School of Medicine Al Mustansiriya University*, Bagdad, Iraq, em parceria com o *Center for International Studies Massachusetts Institute of Technology* (MIT), Cambridge, Massachusetts, cujos dados estão disponíveis em [http://web.mit.edu/cis/pdf/Human\\_Cost\\_of\\_War.pdf](http://web.mit.edu/cis/pdf/Human_Cost_of_War.pdf), da invasão do país em março de 2003, até julho de 2006, 654.965 pessoas haviam morrido em consequência direta da guerra. Outra pesquisa mais recente, conduzida pela *Opinion Research Business* (ORP) sugere que cerca de 1.106.591 iraquianos haviam morrido em decorrência da invasão militar do país, até agosto de 2007. Os números revelados por essa pesquisa estão disponíveis em: [http://www.opinion.co.uk/Newsroom\\_details.aspx?NewsId=78](http://www.opinion.co.uk/Newsroom_details.aspx?NewsId=78)

<sup>13</sup> Conforme dados obtidos em documento publicado pelo FAO, intitulado "*Undernourishment Around the world*", disponível em: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/008/a0200e/a0200e01.pdf>

<sup>14</sup> Artigo intitulado "*US Dollar Hegemony - The Soft Underbelly of Empire*" publicado em: <http://www.epw.org.in/showArticles.php?root=2005&leaf=03&filename=8404&filetype=html>

<sup>15</sup> <http://www.financialforum.umb.edu/documents/Franko%20Fin%20Svc%20Global%20Comp.pdf>

marca norte-americana mais reconhecida internacionalmente, por décadas, não é nem a Coca-Cola nem o MacDonal'd's, mas o dólar americano. A maioria dos investimentos financeiros, lícitos ou ilícitos, legais ou ilegais, observa Franko, são financiados em dólares. O autor afirma ainda que 90% das transações monetárias internacionais envolvem a moeda americana, de acordo com o *Bank for International Settlements*, (apud HUGHES e GUHA, 2004). Assim, continua Franko, se alguém quer comprar petróleo, ou armamentos, ou desfrutar de um padrão de vida decente em Cuba, ou comprar passagens aéreas para destinos internacionais, é preciso que, de alguma maneira, obtenha dólares. E, aqueles que vendem *commodities*, minerais ou produtos provenientes da atividade agrícola, ou armamentos ou até mesmo drogas, cotam tudo em dólar e exigem que o pagamento seja feito na referida moeda.

Muitos desses pagamentos, afirma Franko, são feitos em notas de 100 dólares, o que o autor considera uma das mais conhecidas mídias norte-americanas, junto com os cartões da *American Express*, os *travellers checks* e os cartões VISA. Assim, para o mencionado autor, o rosto do americano mais famoso do mundo deve ser o de Benjamin Franklin, embora no Japão e na China, Benjamin Franklin concorra, em popularidade, com o rosto do “Coronel Sanders”, menino propaganda da *Kentucky Fried Chicken*, a renomada cadeia de *fast food* norte-americana e concorrente do *McDonald's*.

Ainda de acordo com Franko, antes dos anos 50 e da criação do euro, havia uma nítida preferência global por dólares e por instituições financeiras norte-americanas. Os dólares conseguidos para financiamentos de negócios eram obtidos junto a instituições financeiras norte-americanas, e a receita resultante desses novos negócios, acabava sendo depositada nos EUA. Os negócios internacionais e os fluxos financeiros fixados em dólares eram de domínio exclusivo dos bancos norte-americanos, e desde o início do século XX, uma extensa rede bancária se estabeleceu na América Latina, constituindo-se no que hoje é o *Citibank* na Argentina e que, no Brasil, deu origem ao Banco de Boston.

O mecanismo e a trajetória do dólar para tornar-se a moeda dominante tem sido descrito extensivamente por muitos autores<sup>16</sup>. Aqui, pretende-se sumariá-lo abreviadamente. Para entender as engrenagens econômicas que garantem a hegemonia norte-americana, é importante retomar as origens do padrão-ouro, quando moedas cunhadas nesse metal eram usadas como meio de troca, unidade de conta e reserva de valor, adquirindo *status* de instituição legal em 1819, com a aprovação do parlamento inglês.

Para compreender como se deu o advento de adoção do padrão-ouro, Barry Eichengreen (2000, p.33-39) relata que os estatutos monetários de diversos países, no século

---

<sup>16</sup> William Clark em particular, relata um caso impressionante, com grandes evidências, em seu ensaio virtual: “*Revisited: The Real Reasons for the Upcoming War With Iraq: A Macroeconomic and Geostrategic Analysis of the Unspoken Truth*”, que é uma versão revisada do seu ensaio original de janeiro de 2003, disponível em: [http://www.ratical.org/ratville/CAH/RRir\\_aqWar.html](http://www.ratical.org/ratville/CAH/RRir_aqWar.html)

XIX, aceitavam a cunhagem e a circulação simultâneas de moedas tanto de ouro quanto de prata, praticando padrões bimetálicos. Nesse período, o Império Austro-Húngaro, a Escandinávia, a Rússia e o Extremo Oriente cunhavam apenas moedas de prata, embora aceitassem o padrão bimetálico. Só a Grã-Bretanha havia adotado plenamente o padrão-ouro. Na prática, tal padrão adota o seguinte procedimento: primeiramente, a unidade monetária não era ouro em espécie, mas definida em termos de ouro. Supondo-se que essa unidade correspondesse a um grama de ouro, o banco emissor deve possuir certa quantidade de ouro em seus caixas, chamada reserva de ouro, e o Estado estabelece que qualquer um pode ofertar notas ao banco para retirar ouro ou dar ouro para retirar notas. Isto é, as notas são conversíveis.

A conversibilidade entre ouro e notas é realizada ao par, ou seja, seguindo a paridade em ouro: um grama de ouro se troca no banco por notas que tenham o valor de uma unidade monetária. Caso uma emissão de notas maior que a quantidade correspondente em ouro (o lastro em ouro) seja feita, a consequência é um aumento geral do nível de preços. Uma situação típica é aquela em que o Estado deve enfrentar despesas extraordinárias. Um exemplo de tal circunstância é o caso da hiperinflação alemã durante a Primeira Grande Guerra. Sob essas condições, para cobrir as despesas não é suficiente nem o aumento de impostos nem a contratação de dívidas; o único recurso do qual o Estado pode lançar mão é a emissão de notas que são postas à sua disposição pelo banco emissor. Dessa forma, também o preço-ouro das mercadorias aumentará e, quando um determinado valor superar uma unidade monetária por grama atingindo, por exemplo, duas unidades monetárias por grama, todos os possuidores de notas tenderão a ir ao banco para trocar as notas por ouro. Assim procedendo, comprarão ouro por uma unidade monetária e o venderão por duas. Desse modo, a quantidade de notas em circulação diminuirá o nível geral de preços e, conseqüentemente, também diminuirá dando, automaticamente, uma solução à excessiva emissão de notas.

Ao contrário, se a emissão de notas for escassa, dará lugar a uma diminuição dos preços e o preço do ouro-mercadoria diminuirá. Quando esse preço tenha descido à meia unidade monetária, por exemplo, todos os possuidores de ouro tenderão a ir ao banco trocar o ouro por notas, pois assim, vendendo o ouro por um, poderão comprá-lo por metade do valor inicial no mercado livre. Entretanto, desse modo, o banco deverá emitir notas para comprar o ouro que é ofertado. A circulação de notas aumentará, o nível de preços subirá, e será dada, automaticamente, solução à emissão insuficiente das mesmas.

A necessidade da Grã-Bretanha em controlar o sistema monetário internacional, ou, dito de outra forma, a necessidade do capital implantar um sistema monetário internacional que fosse controlado pela potência econômica durante a Revolução Industrial inseriu diversas

nações do globo na ordem monetária denominada “padrão-ouro”. Fazer parte de tal ordem custou, para muitas nações – como, o Brasil, por exemplo – a dilapidação de seu patrimônio natural e o estreitamento de laços de dependência com a Europa, especialmente até o fim do ciclo do ouro, por volta de 1790. A Grã-Bretanha, principal defensora do livre mercado, à custa da espoliação dos demais continentes, vinculou a libra ao ouro com o intuito de encampar os mercados de diversos países, vislumbrando, por meio de tal mecanismo, um grande “balanço de pagamentos mundial” de soma zero. Ou seja, por esse sistema, as diferenças entre as trocas de valores realizadas seriam compensadas por transferências em ouro.

Em artigo intitulado “A ‘era de ouro’: o padrão-ouro, de 1879 a 1914 um exemplo de ideologia na ciência econômica”, Luiz Eduardo Simões de Souza explica o seguinte:

O estabelecimento da libra como numerário internacional vincula-se à Revolução Industrial, na qual a Grã-Bretanha deteve a primazia, pondo-se rapidamente a produzir em escala mundial, adquirindo matérias-primas e vendendo manufaturas. Nesse contexto, o controle do comércio internacional pela Grã-Bretanha – que lhe permitisse comprar barato e vender caro – veio da dominação política e econômica exercida sobre suas zonas de influência, fossem elas potências decaídas da Europa, ex-colônias americanas de base produtiva agroexportadora, ou mesmo colônias ofertantes de produtos primários. As condições que asseguraram à Grã-Bretanha o controle desse sistema foram: a supremacia marítima, a posse de um número considerável de colônias esparsas pelo planeta e o livre acesso aos mercados da América, Ásia e África. A supremacia da marinha britânica permitiu o monitoramento de praticamente todas as transações comerciais legais que envolvessem transporte marítimo. À evidente vantagem de direcionamento da natureza dessas transações, somou-se a garantia de fatias generosas dos fretes internacionais. A posse de colônias permitia o abastecimento de matérias-primas, fornecia um mercado para as manufaturas, de acordo com as potencialidades de consumo da colônia. A abertura de mercados extra-europeus às manufaturas britânicas, sobretudo na América, deu volume ao balanço de pagamentos britânico. Mas, historicamente, a implantação do padrão-ouro na Grã-Bretanha esteve também vinculada à oferta mundial de ouro.<sup>17</sup>

A intermediação das casas bancárias britânicas em tais transações foi decisiva para essa forma de ajuste internacional, reforçando ainda mais a supremacia da libra esterlina no mercado mundial, durante o século XIX, bem como para a difusão da ideologia hegemônica que se embute em tais preceitos econômicos.

A primeira Revolução Industrial e a decorrente acumulação de capital foram asseguradas pelo desenvolvimento das finanças britânicas que desde há muito sabia explorar seu crédito nos centros bancários e no mercado de títulos. Como consequência da vasta exportação de capital, durante esse período, constata-se a redução no déficit da balança comercial de ativos, promovida pelas rendas dos investimentos ultramarinos e significativos ganhos provenientes do transporte marítimo, dos seguros das cargas, das taxas bancárias e das

---

<sup>17</sup> Artigo disponível em: <http://www.fea.usp.br/publicacoes/controversa/0019-5.html>

tarifas aduaneiras. Tais condições refletiram-se no equilíbrio das transações, assegurando a estabilidade do balanço de pagamentos britânico e a estabilidade da libra.

Assim, o volume e dinâmica da grande maioria das atividades macroeconômicas mundiais passaram gradativamente ao campo decisório britânico, circunstâncias que determinaram a natureza do desenvolvimento econômico de quase todo o resto do mundo. Ferrovias seriam construídas, safras seriam financiadas com capital proveniente das instituições britânicas e até para a implantação de indústrias complementares à agro-exportação nas ex-colônias visando à realização de ganhos futuros do capital financeiro da Grã-Bretanha.

Entre os anos de 1870-80, uma proporção crescente do comércio mundial passou a recorrer ao mercado de letras de câmbio britânico e Londres tornou-se a câmara de compensações do mercado internacional. Entretanto, entre 1870-86, a produção de ouro nos EUA sofreu drásticos reveses com o esgotamento das minas da Califórnia. A rigor, o que sustentou o padrão-ouro nesse período foi a facilidade com que uma determinada ordem econômica foi imposta pelo Reino Unido às potências capitalistas emergentes, e não as condições de oferta da espécie, já que as vantagens do padrão instituído eram muito preciosas para serem abandonadas pela escassez do nobre minério. De toda forma, a insuficiência de ouro teve seus efeitos, constituindo-se em um dos principais fatores na depressão dos Estados Unidos de 1888-85 e na estagnação posterior de 1891-97. Em ambos os casos, houve uma saída de ouro dos Estados Unidos, principalmente para a Inglaterra.

Pode-se fazer uma analogia dessa situação dos Estados Unidos com a da Grã-Bretanha após a Segunda Guerra Mundial: ambas as nações mantinham taxas de câmbio fora da realidade desses períodos. Entre os anos de 1879 e 1914, a conversibilidade da libra em ouro embasou o primeiro sistema monetário internacional, de forma bastante estável. Assim, em 1890, os EUA institucionalizam a relação dólar-ouro, com o objetivo de limitar o crescimento monetário e assegurar a estabilidade dos preços mundiais. Posteriormente, Alemanha, Japão e outros países também adotaram o mesmo padrão como referência para suas trocas econômicas.

O padrão-ouro foi suspenso durante a I Guerra Mundial, pois os países financiaram seus gastos militares emitindo moeda, e assim, arremessaram várias nações em direção a um gigantesco processo inflacionário. Durante o período hiper-inflacionário na Alemanha, por exemplo, um jornal que em janeiro de 1921 custava 30 centavos de marco, passou a custar 70.000.000,00 marcos em novembro de 1922. Em função da hiper-inflação, o padrão-ouro volta a ser utilizado nos EUA em 1919 e, em 1922, Inglaterra, França, Itália, e Japão firmam um acordo para o retorno ao padrão, que só vai ser abandonado durante a Grande Depressão.

Após esse período, o padrão ouro volta ao cenário econômico apenas em 1944, com os Acordos de *Bretton Woods*, em New Hampshire, EUA. A solidez da economia dos EUA depois a Segunda Guerra Mundial favoreceu o dólar americano, tendo o ouro como lastro, tornando-se a moeda de câmbio nas operações comerciais em todo o mundo e, em decorrência dos acordos de *Bretton Woods*, fica determinado que cada país seja obrigado a adotar uma política monetária que mantivesse a taxa de câmbio de suas moedas dentro de um determinado valor em termos de ouro – cerca de um por cento. Durante esse encontro, foram assinados também os artigos do acordo da criação do Fundo Monetário Internacional (FMI) que estabeleceu taxas de câmbio fixas para o ouro em relação ao dólar norte-americano cujo valor era de U\$35 por onça.<sup>18</sup> Os eventuais desajustes da taxa de câmbio deveriam ser corrigidos, pelos países, por meio de intervenções no mercado a partir do uso de reservas cambiais, recursos esses provenientes de empréstimos concedidos pelo FMI, pois, de país para país, alguns desajustes eram permanentes. Nesses casos, o país seria considerado em desequilíbrio fundamental, e o sistema aprovaria a variação da taxa de câmbio.

Entretanto, os EUA abandonaram o padrão ouro para a cotação de sua moeda, pois no período de 1971-1973, o valor do dólar estava excessivamente alto. Os bens norte-americanos eram caros com relação ao resto do mundo. Tais condições recessivas da economia aliadas aos déficits do Estado, fomentaram dúvidas acerca da capacidade de os Estados Unidos manterem a convertibilidade do dólar em ouro.

Assim, conforme Spiro<sup>19</sup> (1999, p.9-12), o dólar permaneceu imbatível, e sua posição foi impulsionada em 1974 quando os EUA firmaram um acordo com a Arábia Saudita, no qual o dólar seria a única moeda no comércio do petróleo. A maioria dos países importa petróleo e, obviamente, isso explica a hegemonia da moeda americana. Os países do Terceiro Mundo têm ainda mais razões para poupar dólares, no sentido de proteger, suas frágeis economias e moedas, de um repentino colapso e desvalorização.

Diante de tal quadro, em que todos clamam por dólares, tudo o que os EUA têm que fazer, é imprimir papel-moeda que são aceitos pelos outros países, em pagamento por suas exportações. Estes dólares voltam aos EUA para serem investidos em Bônus do Tesouro e outros instrumentos, contrabalançando a saída de dólares.

<sup>18</sup> A onça é uma unidade de peso que equivale a 28,35 gramas.

<sup>19</sup> SPIRO, David E., *The Hidden Hand of American Hegemony: Petrodollar Recycling and International Markets*, Cornell University Press, 1999. (P. 9-12). Obra disponível em formato de *e-book* em: [http://books.google.com.br/books?id=I3vWgRS\\_itIC&dq=david+e+spiro+the+hidden+hand+of+american+hegemony+petrodollar+recycling+and+international+markets+cornell+university+press+1999&pg=PP1&ots=i6SnPIXUj&sig=GOTrtV2hnAHGrD1YYVw5Zklk-Ao&hl=pt-BR&prev=http://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&q=David+E.+Spiro,+The+Hidden+Hand+of+American+Hegemony:+Petrodollar+Recycling+and+International+Markets,+Cornell+University+Press,+1999&btnG=Pesquisa+Google&sa=X&oi=print&ct=title&cad=one-book-with-thumbnail#PPA15,M1](http://books.google.com.br/books?id=I3vWgRS_itIC&dq=david+e+spiro+the+hidden+hand+of+american+hegemony+petrodollar+recycling+and+international+markets+cornell+university+press+1999&pg=PP1&ots=i6SnPIXUj&sig=GOTrtV2hnAHGrD1YYVw5Zklk-Ao&hl=pt-BR&prev=http://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&q=David+E.+Spiro,+The+Hidden+Hand+of+American+Hegemony:+Petrodollar+Recycling+and+International+Markets,+Cornell+University+Press,+1999&btnG=Pesquisa+Google&sa=X&oi=print&ct=title&cad=one-book-with-thumbnail#PPA15,M1)

Pierre Lecomte, um analista de finanças francês e apoiador da campanha "*Dette et dollar*" (*Para rejeitar o dólar como moeda*) diz: "Enquanto o resto do mundo tem que trabalhar duro para poupar dólares que são gastos em compra de mercadoria no mercado exterior, ou pagar a dívida externa, os EUA somente têm que imprimir cédulas"<sup>20</sup>.

Ou ainda, como Frédéric Clairmont escreveu no *Le Monde Diplomatique* (abril 2003): "Viver do crédito, é o credo da mais conhecida potência do mundo".

A principal vantagem da economia dos EUA, a fonte do seu domínio financeiro e de sua hegemonia reside no papel peculiar da sua moeda. Sendo o dólar a moeda mundial de negócios, fica clara a razão pela qual os EUA são capazes de manter o seu duplo déficit: fiscal e comercial. Sua superioridade militar torna-se a razão pela qual, provavelmente, pelo menos a médio e curto prazo, não venham a sofrer nenhum tipo de embargo. Contudo, uma pergunta fica no ar: por quanto tempo mais poderão viver por meios próprios, em função da hegemonia de sua moeda?

David Ludden<sup>21</sup> (2004) resume assim a constituição da liderança e da hegemonia norte-americana:

Após 1945, o imperialismo adquiriu um novo formato sob a liderança norte-americana. Primeiro, a Guerra Fria permitiu que os EUA expandissem seu poderio militar, econômico e político pelo mundo, forjando uma cruzada contra o comunismo, compromissado com a modernização liberal. Em 1989, a Guerra Fria termina e então, a globalização econômica, a segurança global e a guerra contra o terrorismo vieram justificar mais ainda essa expansão norte-americana. Desde 1945, o poder norte americano vem se expandindo de forma constante e dramática, cobrindo o mundo das nações, mas não assume formalmente o discurso do imperialismo. Ao contrário, o país vê a si próprio como líder mundial. Os norte-americanos lideram o progresso global, enfrentam inimigos e obstáculos em todos os lugares. Com esses pretextos, usam seu poder para influenciar instituições internacionais, como a ONU, mas golpeando a si próprios, quando inevitável. Os EUA se recusam a permitir que leis internacionais operem dentro de suas fronteiras, a menos que estejam em conformidade com suas próprias leis. Dessa forma, os EUA projetam seu poder sobre o mundo, mas o mundo não pode responder. Tal desequilíbrio é próprio de parâmetros imperialistas, mas os norte-americanos encaram tal situação como uma característica natural do "único super-poder mundial"<sup>22</sup>.

<sup>20</sup> Pierre Lecomte. *Comment sortir du piège américain?*, ed. F.X. de Guibert, Paris 2003.

<sup>21</sup> Em artigo intitulado *America's Invisible Empire* disponível em:

<http://ricardo.ecn.wfu.edu/~cottrell/ope/archive/0411/0023.html>

<sup>22</sup> Traduzido de: "*After 1945, imperialism acquired a new format under American leadership. First, the cold war allowed the US to expand military, economic, and political power around the world, posing as a crusader against communism, committed to liberal modernisation. In 1989, the cold war ended; then economic globalisation, global security, and a war on terrorism came to justify more US expansion. Since 1945, US power has expanded steadily and dramatically; it now covers the world of nations, but does not deploy the formal discourse of imperialism. Rather, the US sees itself as the world's leader. Americans lead global progress, facing enemies and obstacles everywhere. In this guise, America uses its power inside international institutions, like the UN, but strikes on its own when necessary. America refuses to allow international laws to operate inside US borders unless they conform to US law. Thus, US power projects itself onto the world, but the world cannot respond; this imbalance is typical of the imperial settings, but Americans think of it instead as a natural state for the 'world's only superpower'.*" (Apud Hensman & Correggia, op.cit).

Ludden prossegue com suas afirmações e sustenta que "o império não dará marcha à ré até que sua realidade e custos se tornem visíveis para os americanos".

Entretanto, a história recente demonstra que, no que depender das prescrições e da censura governamental, a mídia daquele país se valerá de inúmeras estratégias para que os cidadãos norte-americanos sejam mantidos como personagens de um colossal *Show de Truman* fomentado por uma bolha de ilusões criada por um estado decepcionante. É justamente a cumplicidade da mídia, aliada a outros fatores, a responsável pela criação da alienação dos cidadãos com relação à realidade desse império.

Embora seja importante destacar as considerações anteriores como verdadeiras, salienta-se que o autor deixa uma questão pouco clara, notadamente quando afirma que "(...) os votantes e os que pagam os impostos pagam o custo total do império dos EUA". Ora, se tal colocação fosse procedente, os cidadãos americanos já teriam percebido a impossibilidade de arcar com os custos de um império tão onipotente e se oporiam a ele. Na verdade, é o resto do mundo que arca, prioritariamente, com esses custos e, por isso, é justamente dentro dos EUA – o lugar onde o império acaba – que isto é menos percebido. Sabe-se que uma economia é imperialista quando traz benefícios do exterior, sem nenhuma reciprocidade, como no caso da atuação do Reino Unido com relação à imposição da ordem econômica que estabeleceu o padrão-ouro a partir de 1819. Atualmente, entretanto, os EUA dependem mais do resto do mundo que ao contrário, justamente para manter sua hegemonia econômica e militar.

Por isso, sua avidez por colocar as mãos nos recursos naturais do planeta determina as estratégias que asseguram tal hegemonia. Para contrabalançar sua dependência econômica, devem manter-se – ao menos simbolicamente – no centro das atenções. Necessitam demonstrar sua "onipotência": é por isso que fazem a guerra contra inimigos militarmente fracos. Ao mesmo tempo, precisam aparecer como benfeitores, assim como no episódio dos países afetados pelo *tsunami*, em 26 de dezembro de 2004, quando a ajuda "humanitária" oferecida pelos norte-americanos foi muito bem capitalizada, rendendo-lhes proveitosos dividendos e contribuindo para que, naquele momento, "ficassem bem na foto". A hegemonia do dólar oculta os custos do Império, o qual vem efetivamente sendo financiado pelos cidadãos americanos para que estes possam comprar o resto do mundo. Outros países são induzidos a aceitar títulos cambiais, por não terem alternativa. O dólar norte-americano torna-se a única moeda reconhecida em todo o mundo.

Segundo Hensman e Correggia<sup>23</sup>, em 2002 o Irã converteu mais da metade de suas reservas cambiais no estrangeiro, para euros. Tanto o Irã quanto o Iraque são produtores de petróleo e o impacto de tal atitude pode ser significativa. Acrescente-se a este quadro o fato

---

<sup>23</sup> *Op. cit.* em nota nº 12, p.25

que Hugo Chaves – contra quem os EUA apoiaram um levante, e que segue sob ataque do regime de Bush – tem mantido uma grande parte do mercado de petróleo fora do alcance do dólar estadunidense, mesmo sendo este país o maior comprador do petróleo venezuelano. As compulsões econômicas que dirigem a política exterior dos EUA tornam-se então, ainda mais claras. Sob esse espectro, fica óbvio que o poder militar sozinho, não pode ser visto como base de sustentação de um império: o poder econômico é crucial. E, para a decadente economia dos EUA, a supremacia do dólar é essencial para manter seu feudo econômico.

Entretanto, não se pode ignorar que a manutenção desse poder e supremacia carregam uma base teórica na qual se assentam posicionamentos destinados a tornar aceitáveis posturas duvidosas. Gramsci, ao se referir ao bloco hegemônico, como se pode observar no capítulo anterior, já alertava para esse tema denominando-o de superestrutura, no qual é necessário decodificar as bases mentais legitimadoras das ações exercidas pelo grupo predominante. Nesse sentido, boa parte da literatura consultada aponta para o neoliberalismo como o suporte desse momento mais recente no qual se forjam e constroem novas maneira de pensar e de ver o mundo.

Na primeira metade do século XX o termo “neoliberalismo” significou a doutrina proposta por economistas franceses, alemães e norte-americanos voltada para a adaptação dos princípios do liberalismo clássico (corrente do pensamento político que defende a maximização das liberdades individuais mediante o exercício dos direitos e da lei) às exigências de um Estado regulador e assistencialista. A partir da década de 1970, entretanto, passou a significar a doutrina econômica que defende a absoluta liberdade de mercado e sua desregulamentação, restringindo a intervenção estatal sobre a economia, sendo que esta só deve ocorrer em setores imprescindíveis e, ainda assim, em grau mínimo.

Valorizando a competição em todos os âmbitos da vida econômica, a doutrina neoliberal prega a total liberdade para que todos produzam e comercializem seus produtos num mercado em constante expansão. O neoliberalismo propõe uma inversão dentro da sociedade: se antes, ao Estado cabiam as responsabilidades com as demandas sociais, agora, a própria sociedade deve decidir sobre as questões relacionadas com a saúde e a educação, por exemplo. Apenas para ilustrar, vale à pena ressaltar uma situação simples. Antes da implementação do neoliberalismo a seguridade social permanecia sob a custódia do Estado, responsável final pelas garantias dos indivíduos na hora da sua aposentadoria. Já na concepção neoliberal, cabe a cada um decidir se quer e quanto quer contribuir para sua futura seguridade social. Assim, segundo a doutrina liberal, a opção de decidir poupar, ou não, para sua aposentadoria futura cabe ao próprio indivíduo.

Nessa visão, os críticos do neoliberalismo, mais uma vez, mostram o excessivo reducionismo da realidade social embutido nessa visão de mundo e de sociedade. Senão vejamos: antes do jovem poder se decidir a contribuir para sua previdência privada, certas premissas precisariam estar asseguradas. É preciso que esse jovem tenha a seu alcance, permanentemente, um emprego (com um salário que lhe permita não apenas sobreviver, como também poupar), o que é uma hipótese bem distante da realidade na maioria dos países emergentes. Ainda deve-se salientar que sob a regência do neoliberalismo nunca o desemprego mundial cresceu tanto. Diante desse quadro, como esse jovem pode pensar numa contribuição real, efetiva e de longo prazo se não sente a certeza de ter um emprego?

A doutrina neoliberal prega, ainda, o estímulo da economia por meio da criação de empresas privadas, apoiando também a redução da tributação sobre a renda, além da redução genérica da carga fiscal. Os neoliberais supõem que a competição econômica, em escala global (onde todos os países teriam idêntica liberdade de comércio) seriam elementos reguladores e promotores de eficiência global. Tais premissas são questionadas pelos opositores do neoliberalismo, que as consideram por demais simplistas, alegando que tais princípios podem ser válidos apenas quando numa transação: duas partes (e somente duas) estão envolvidas e cada uma delas pode decidir o que é melhor para si. O mesmo princípio não se sustenta quando, em virtude de uma transação realizada entre duas partes, um terceiro, que não participou da transação, é prejudicado (ou beneficiado), fenômeno que, em Economia, é denominado “externalidade”.

O pensamento neoliberal defende a instituição de um sistema de governo em que o indivíduo tenha mais importância que o Estado, sob o argumento de que quanto menor a participação deste na economia, maior é o poder dos indivíduos e assim, a sociedade poderia se desenvolver e progredir mais rapidamente, para o bem dos cidadãos.

Entretanto, no contexto neoliberal imposto pela hegemonia norte-americana, constata-se a profissionalização da política vinculada aos partidos políticos, submissa ao *lobby* de poderosos grupos financeiros e dos monopólios e oligopólios nacionais e/ou internacionais. Assim, a sociedade civil perde importância, da mesma forma que o Estado "deixou de ser um lugar para converter-se em um código, um código simbólico ou cultural" (CASTELLS: 2002, p. 53)<sup>24</sup>. Verifica-se então, que atualmente, os instrumentos que a sociedade civil dispõe (sindicatos, partidos, instituições do movimento operário etc.) não são mais suficientes para assegurar direitos, em função de uma pretensa obsolescência histórica, imposta justamente pela ideologia neoliberal. Diante de tal quadro, Castells afirma que o Estado tem agora, uma função especial de poder e que se

---

<sup>24</sup> Traduzido de: "... ha dejado de ser un lugar para convertirse en un código, un código simbólico o cultural" (CASTELLS, 2002, p.53).

[...] o poder está em nossas mentes, atuamos obedecendo aquilo que pensamos, e, daquilo que pensamos, depende nossa relação com um mundo de símbolos e comunicação (...) [e] (...) a única maneira de opor resistência à abstração do poder seria a reconstrução alheia à lógica inscrita nas redes do poder (*Idem*, p.53-4).<sup>25</sup>

Como observa Canclini,

Se a burocratização técnica das decisões e a uniformidade internacional imposta pelos neoliberais na economia reduzem o que está sujeito a debate na orientação das sociedades, pareceria que estas são planejadas desde instâncias globais inalcançáveis e que a única coisa acessível são os bens e as mensagens que chegam à nossa própria casa e que usamos “como achamos melhor” (1999, p.37).

Assim sendo, segundo Canclini, verifica-se que a identidade do cidadão comum é ditada mais pelo consumo privado de bens, insuflado pelos meios de comunicação, do que por dados relacionados às suas origens territoriais, o corpo de leis de sua comunidade, os direitos promovidos por estas ou por seus representantes. Nesse contexto, a fonte básica de significado social passa a ser a busca de identidade, quer seja ela coletiva ou individual, atribuída ou construída.

Para Castells,

(...) a identidade está se tornando a principal e, às vezes, única fonte de significado em um período caracterizado pela ampla desestruturação das organizações, deslegitimação das instituições, enfraquecimento de importantes movimentos sociais e expressões culturais efêmeras (CASTELLS, 2000, p.41).

Tais condições contribuem para reestruturar nossas sociedades cada vez mais em uma oposição bipolar entre aquilo que Castells denominou "a Rede e o Ser". Nessa bipolarização, Castells detecta sintomas de "esquizofrenia estrutural" entre a função e o significado. Assim, os padrões de comunicação social são submetidos à tensão crescente, redundando, quando há o rompimento da comunicação, na alienação entre grupos sociais e indivíduos. Nessas circunstâncias, já não há nem mesmo comunicação conflituosa (lutas sociais ou oposição política), mas apenas estranhamento, que pode desembocar em ameaça.

O aspecto drástico das transformações sociais desse período perpassa simultaneamente as organizações e as atividades criminosas, em todo o mundo, tornando-se ambas as atividades, globais e informacionais.

Segundo Castells, "(...) tal aspecto propicia o encorajamento de hiperatividade mental e desejo proibido, juntamente com toda e qualquer forma de negócio ilícito procurado por nossas sociedades, de armas sofisticadas à carne humana" (1999, p.40).

---

<sup>25</sup> Traduzido de "(... ) el poder está en nuestras mentes, actuamos obedeciendo a lo que pensamos, y de lo que pensamos depende nuestra relación con un mundo de símbolos y comunicación (...) [e] (...) la única manera de oponer resistencia a la abstracción del poder sería la reconstrucción ajena a la lógica inscrita en las redes del poder" (CASTELLS, 2002, 53-54).

O autor distingue também a crise estrutural de legitimidade, na qual os sistemas políticos se vêem mergulhados no momento: arrasados por escândalos com espetacular cobertura da mídia, a personalização das lideranças e o conseqüente isolamento do cidadão.

O ponto inicial da análise de Castells (1999), em torno da complexidade da nova economia, sociedade e cultura em formação, reside na revolução da tecnologia da informação. O autor faz questão de frisar que sua opção metodológica não sugere que a tecnologia determina a sociedade e tampouco que a sociedade seja a responsável pelo curso da transformação tecnológica. Antes, o autor afirma que o dilema do determinismo tecnológico é infundado, uma vez que a tecnologia é a sociedade. Assim sendo, a sociedade não pode ser entendida ou sequer representada, sem suas ferramentas tecnológicas. Todavia, embora a tecnologia possa ser determinada pela sociedade, o autor reconhece que esta pode sufocar seu desenvolvimento, principalmente por intermédio do Estado, que também pode determinar a modernização tecnológica, o destino das economias, o poder militar e o bem-estar social, em curto espaço de tempo. Portanto, a habilidade ou inabilidade da sociedade em dominar a tecnologia é quesito decisivo para estabelecer a capacidade de transformação social e de seu próprio potencial tecnológico.

A revolução tecnológica atual originou-se e difundiu-se em um determinado momento no qual o capitalismo se reestruturava globalmente e no qual a tecnologia foi ferramenta indispensável para as transformações que conduziram a uma nova sociedade, que mantém relações específicas com o capitalismo global e com a tecnologia informacional. Para Castells (*idem*), a revolução da tecnologia da informação foi essencial para a implementação da reestruturação do sistema capitalista a partir da década de 80, cujos processos, desenvolvimento e manifestações da revolução mencionada foram moldados pelas lógicas e interesses do capitalismo avançado. O estatismo, sistema alternativo de organização social presente em nosso período histórico, tentou redefinir os meios de consecução de seus objetivos estruturais, preservando a essência de seus objetivos: o espírito da reestruturação (ou perestroyka, na Rússia).

Entretanto, Castells (*idem*) atribui o fracasso do estatismo soviético à incapacidade do regime de assimilar os princípios do informacionalismo, embutidos nas novas tecnologias da informação. O colapso do estatismo soviético estabeleceu uma relação estreita entre o novo sistema capitalista global, moldado por sua perestroyka relativamente bem-sucedida, e a emergência do informacionalismo como a nova base material e tecnológica da atividade econômica e da organização social.

Por outro lado, o autor considera que o estatismo chinês foi, aparentemente, bem-sucedido, transformando-se num capitalismo liderado pelo Estado e integrando-se nas redes econômicas globais.

Conforme explica Castells (1999), tanto a reestruturação capitalista quanto o desenvolvimento do informacionalismo são distintos e sua interação só poderá ser entendida caso sejam separados para análise e propondo distinções e definições teóricas de capitalismo, estatismo, industrialismo, pós-industrialismo e informacionalismo.

Para definir pós-industrialismo e informacionalismo, o autor menciona os trabalhos clássicos de Alain Touraine e Daniel Bell, distinguindo pré-industrialismo, industrialismo e informacionalismo (ou pós-industrialismo) de capitalismo e estatismo (ou coletivismo, segundo Bell).

Castells ensina que as sociedades podem ser caracterizadas ao longo de dois eixos (de forma que tenhamos estatismo industrial e capitalismo industrial), mas que "(...) é essencial para o entendimento da dinâmica social, manter a distância analítica e a inter-relação empírica entre os modos de produção (capitalismo, estatismo) e os modos de desenvolvimento (industrialismo, informacionalismo)" (1999, p. 51).

Para tanto, considera fundamental percorrer alguns domínios da teoria sociológica, para que seja possível estudar o surgimento de uma nova estrutura social, associada ao surgimento de um novo modo de desenvolvimento, o informacionalismo, que se manifesta sob várias formas, conforme a diversidade de culturas e instituições em todo o Planeta.

## **2.2 Informacionalismo e movimentos sociais**

O informacionalismo, historicamente moldado pela reestruturação do modo capitalista de produção, no final do século XX, fundamenta-se na perspectiva teórica cuja abordagem postula que as sociedades são organizadas em processos estruturados por relações historicamente determinadas de produção, experiência e poder, conceitos que são assim entendidos por Castells:

- a) produção é a ação da humanidade sobre a matéria (natureza) para apropriar-se dela e transformá-la em seu benefício, obtendo um produto, consumindo parte dele e acumulando o excedente para investimento conforme os vários objetivos socialmente determinados;
  - b) experiência é a ação dos sujeitos humanos sobre si mesmos, determinada pela interação entre as identidades biológicas e culturais desses sujeitos em relação a seus ambientes sociais e naturais. É construída pela eterna busca de satisfação das necessidades e desejos humanos;
  - c) poder é aquela relação entre os sujeitos humanos que, com base na produção e na experiência, impõe a vontade de alguns sobre os outros pelo emprego potencial ou real de violência física ou simbólica.
- As instituições sociais, por sua vez, são constituídas para impor o cumprimento das relações de poder existentes em cada período histórico, controlando e limitando os contratos sociais decorrentes das lutas pelo poder (CASTELLS:1999, p.51).

A produção é organizada em relações de classes que definem o processo pelo qual alguns sujeitos humanos decidem a divisão e os empregos do produto em relação ao consumo e ao investimento. A experiência é estruturada pelas relações entre os sexos, historicamente organizada em torno da família, caracterizada pelo domínio dos homens sobre as mulheres. O poder, por sua vez, tem como base o Estado, que detêm o monopólio institucionalizado da violência, "(...) encerrando os sujeitos numa estrutura rigorosa de deveres formais e agressões informais" (CASTELLS: 1999 p.52). As culturas e identidades coletivas, segundo Castells, são geradas por meio da comunicação simbólica entre os seres humanos e o relacionamento entre esses e a natureza, com base na produção e no consumo, na experiência e no poder, que se cristalizam ao longo da história em territórios específicos. A produção é um processo social complexo, segundo o autor, já que cada um de seus elementos é internamente distinto. Para ele, "(...) a relação entre a mão-de-obra e a matéria no processo de trabalho envolve o uso de meios de produção para agir sobre a matéria com base em energia, conhecimentos e informação" (CASTELLS, 1999, p.53).

Assim, a tecnologia traduz a forma específica dessa relação. O produto desempenha dois papéis sociais: consumo e excedente. As interações entre estruturas sociais e processos produtivos determinarão as regras para a apropriação, distribuição e uso do excedente e, para Castells, tais regras constituem modos de produção, elementos definidores das relações sociais de produção, e determinantes da existência de classes sociais.

O capitalismo e o estatismo são os modos predominantes de produção no século XX. Se no capitalismo, a separação entre os produtores e os meios de produção, a transformação do trabalho em *commodity* e a posse privada dos meios de produção, com base no controle do capital determinaram o princípio básico da apropriação e distribuição do excedente, no estatismo, o controle do excedente é externo à esfera econômica e fica nas mãos dos detentores do poder estatal. Assim, o capitalismo visa à maximização de lucros, ou seja, o aumento do excedente apropriado pelo capital com base no controle privado sobre os meios de produção e circulação, enquanto o estatismo visa o aumento da capacidade militar e a radicalização ideológica do aparato político para impor seus objetivos.

Castells ensina, ainda, que os modos de desenvolvimento são os procedimentos mediante os quais os trabalhadores atuam sobre a matéria para gerar o produto. Assim, no modo agrário de desenvolvimento, a fonte do incremento de excedente resulta dos aumentos quantitativos da mão-de-obra e dos recursos naturais (em particular a terra). No modo de desenvolvimento industrial, a principal fonte de produtividade reside na introdução de novas fontes de energia e na capacidade de descentralização do uso da mesma ao longo dos processos produtivos e de circulação.

No novo modo informacional de desenvolvimento, a fonte de produtividade encontra-se na tecnologia de geração de conhecimentos, de processamento da informação e de comunicação de símbolos, elementos cruciais em todos os modos de desenvolvimento, visto que o processo produtivo sempre se baseia no processamento da informação e em algum grau de conhecimento. Portanto, verifica-se que as bases da Sociedade da Informação se impõem enquanto processo em formação e expansão, resultante da globalização propiciada pelos usos das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação e se caracteriza, sobretudo, pela aceleração dos processos de produção e de disseminação da informação e do conhecimento.

O elevado número de atividades produtivas que depende da gestão de fluxos informacionais – mediante o uso intensivo das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação – traz como consequência, a padronização de culturas, costumes e identidades coletivas. O capital, por sua vez, transita entre sociedades anônimas, favorecendo como nunca, antes, a especulação mediante as apostas nas bolsas de valores.

Entretanto, Castells (1999) observa que a especificidade do modo informacional de desenvolvimento consiste na ação de conhecimentos sobre os próprios conhecimentos, como principal fonte de produtividade. Afirma, ainda, que os modos de desenvolvimento modelam toda a esfera do comportamento social, inclusive a comunicação simbólica, e enfatiza que o informacionalismo, com base na tecnologia de conhecimentos e informação, estabelece uma íntima ligação entre cultura e forças produtivas, razão pela qual se espera o surgimento de novas formas históricas de interação, controle e transformação social.

De fato, após a uniformização de processos, a reestruturação do capitalismo prosseguiu com base na derrota política das organizações de trabalhadores, nos principais países capitalistas, e na aceitação, pelos países da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), de uma disciplina econômica comum.

Essa disciplina estava inscrita na integração dos mercados financeiros globais, ocorrida após a década de 1970, com a ajuda das novas tecnologias da informação. Constatou-se, então, que sob as condições da integração financeira global, impostas nesse período, as políticas monetárias nacionais autônomas tornaram-se inviáveis, uniformizando os parâmetros econômicos básicos dos processos de reestruturação de todo o planeta.

Embora a reestruturação do capitalismo e a difusão do informacionalismo fossem processos globalmente inseparáveis, as sociedades agiram e reagiram a esses processos de formas diferentes, conforme a especificidade de sua história, cultura e instituições. Por isso Castells (*idem*) considera impróprio referir-se a uma Sociedade Informacional global e única, o que implicaria na homogeneidade das formas sociais em todos os lugares sob o novo

sistema, mas considera que todas as sociedades são afetadas pelo capitalismo e pelo informacionalismo.

Dirigindo o foco de sua análise para a transformação histórica, Manuel Castells (1999) enfatiza que o que importa, de fato, aos processos e formas sociais que compõem a matéria viva das sociedades, é a interação real entre os modos de produção e os de desenvolvimento, estabelecidos e defendidos pelos atores sociais envolvidos em tais processos. Tal interação se dá mediante formas imprevisíveis, na infra-estrutura repressora da história passada e nas condições atuais de desenvolvimento tecnológico e econômico.

Foi durante a Segunda Guerra Mundial e no período seguinte que se deram as principais descobertas tecnológicas em eletrônica, o primeiro computador programável e o transistor, fonte da microeletrônica, o verdadeiro cerne da revolução da tecnologia da informação no século XX. Porém, Castells (*idem*) defende que só na década de 1970 as novas tecnologias da informação difundiram-se amplamente, acelerando seu desenvolvimento sinérgico e convergindo para um novo paradigma.

As descobertas básicas envolvendo as tecnologias da informação têm algo de essencial em comum: embora baseadas principalmente nos conhecimentos já existentes e desenvolvidas como uma extensão das tecnologias mais importantes representou um salto qualitativo na difusão maciça da tecnologia em aplicações comerciais e civis, devido a sua acessibilidade e custo cada vez menor, com qualidade cada vez maior. Pode-se dizer, então, que a Revolução da Tecnologia da Informação, propriamente dita, nasceu na década de 1970, principalmente se nela se incluir o surgimento e a difusão paralela da engenharia genética mais ou menos nas mesmas datas e locais.

Cogitando que o mundo e as sociedades poderiam ser muito diferentes se Gorbachov tivesse sido muito bem sucedido com a perestroyka, Castells (*idem*) afirma ainda que o fator histórico mais significativo para a formação do paradigma da tecnologia da informação e suas conseqüentes formas sociais foi, e continua sendo, o processo de reestruturação capitalista, iniciado nos anos 1980. Portanto, o autor acredita que o novo sistema econômico e tecnológico pode ser adequadamente caracterizado como capitalismo informacional.

Resumindo as formas, tanto no âmbito das instituições como do gerenciamento empresarial, desde a década de 1970, Castells (*idem*) lembra que as mesmas visavam os seguintes objetivos principais: a) aprofundar a lógica capitalista de busca de lucro nas relações capital/trabalho; b) aumentar a produtividade do trabalho e do capital; c) globalizar a produção, a circulação e os mercados, aproveitando a oportunidade das condições mais vantajosas para a realização de lucros em todos os lugares, direcionando o apoio estatal para

ganhos de produtividade e competitividade das economias nacionais, freqüentemente em detrimento da proteção social e das normas de interesse público.

Assim, as Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, para o capitalismo global, representam uma realidade limitada, na qual o gerenciamento flexível teria se restringido à redução de pessoal e à nova rodada de gastos do "cassino global", tanto em bens de capital quanto em novos produtos para o consumidor; não seriam suficientes para compensar a redução de gastos públicos.

Dessa forma, fica evidente que o informacionalismo está ligado à expansão e ao rejuvenescimento do capitalismo, assim como o industrialismo estava ligado à sua constituição como modo de produção. Constata-se, entretanto, que sob as condições da integração financeira global, impostas nesse período, as políticas monetárias nacionais autônomas tornaram-se inviáveis, uniformizando os parâmetros econômicos básicos dos processos de reestruturação de todo o planeta.

Castells (1999) relembra que se a primeira Revolução Industrial foi britânica, a primeira Revolução da Tecnologia da Informação foi norte-americana, com tendência californiana. Nos dois casos, aponta ele, cientistas e industriais de outros países tiveram um papel muito importante tanto na descoberta como na difusão das novas tecnologias. A França e a Alemanha tornaram-se fontes importantes de talentos e aplicações da Revolução Industrial. As descobertas científicas originadas na Inglaterra, França, Alemanha e Itália constituíram a base das novas tecnologias de eletrônica e biologia. A capacidade das empresas japonesas foi decisiva para a melhoria do processo de fabricação com base em eletrônica e para a penetração das tecnologias da informação na vida cotidiana mundial. O setor como um todo evoluiu rumo à interpenetração, alianças estratégicas e formação de redes entre empresas de diferentes países. As empresas, instituições e inovadores norte-americanos não só participaram do início da revolução da década de 1970 como também continuarão a representar um papel de liderança na sua expansão, posição mantida neste início do século XXI. Mas, sem dúvida, testemunharemos uma presença cada vez maior de empresas japonesas, chinesas, indianas e coreanas, assim como contribuições significativas da Europa em biotecnologia e telecomunicações.

O desenvolvimento da Revolução da Tecnologia da Informação assinala Castells (1999), contribuiu para a formação dos meios de inovação nos quais as descobertas e as aplicações interagiam e eram testadas em um repetido processo de tentativa e erro: aprendia-se *fazendo*. Esses ambientes exigiam na década de 1990, e ainda exigem apesar da atuação *on-line*, concentração espacial de centros de pesquisa, instituições de educação superior, empresas de tecnologia avançada, uma rede auxiliar de fornecedores, provendo bens e

serviços e redes de empresas com capital de risco para financiar novos empreendimentos. Uma vez que um meio esteja consolidado, como o Vale do Silício na década de 1970, ele tende a gerar sua própria dinâmica e atrair conhecimentos, investimentos e talentos de todas as partes do mundo.

Isto posto, pergunta-se: será que esse padrão social, cultural e espacial de inovação pode ser estendido para o mundo inteiro? Parece que o papel decisivo desempenhado pelos meios de inovação no desenvolvimento da Revolução da Tecnologia da Informação se confirma: concentração de conhecimentos científicos e tecnológicos, instituições, empresas e mão de obra qualificada são as forjas da inovação da “Era da Informação”. Porém, como assinala Castells (1999), esses meios não precisam reproduzir o padrão cultural, espacial, institucional e espacial do Vale do Silício ou de outros centros norte-americanos de inovação tecnológica, como o sul da Califórnia, Boston, Seattle ou Austin.

Foi o Estado, e não o “empreendedor de inovações em garagens”, que iniciou a Revolução da Tecnologia da Informação, tanto nos EUA como em todo o mundo. Porém, sem esses empresários inovadores, como os que deram início ao Vale do Silício ou aos clones de PCs em Taiwan, a Revolução da Tecnologia da Informação teria adquirido características muito diferentes e, como cogita Castells (1999), é improvável que tivessem evoluído para a forma de dispositivos tecnológicos flexíveis e descentralizados, como os que estão sendo difundidos por todas as esferas da atividade humana. Na realidade, é mediante essa interface entre os programas de macro-pesquisa e grandes mercados desenvolvidos pelos governos, por um lado, e a inovação descentralizada estimulada por uma cultura de criatividade tecnológica e por modelos de sucesso pessoais rápidos, por outro, que as novas tecnologias da informação prosperam. No processo, essas tecnologias agruparam-se em torno de redes de empresas, organizações e instituições para formar um novo paradigma sócio-técnico.

A primeira característica do novo paradigma tecnológico é que a informação é sua matéria prima: são tecnologias para agir sobre a informação, não apenas informação para agir sobre a tecnologia, como no caso das revoluções tecnológicas anteriores. A segunda característica refere-se à penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias. Como a informação é uma parte integral de toda atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva são diretamente moldados – embora, com certeza, não determinados – pelos novos meios tecnológicos. O terceiro aspecto refere-se à possibilidade de replicação da lógica de redes em qualquer sistema ou conjunto de relações, com base nos usos das novas tecnologias da informação. Em quarto lugar, o paradigma da tecnologia da informação é baseado na flexibilidade. Não apenas os processos são reversíveis, mas organizações e instituições podem ser modificadas e, até mesmo, fundamentalmente alteradas,

pela reorganização de seus componentes. Uma quinta característica dessa revolução tecnológica é a crescente convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado, no qual trajetórias tecnológicas antigas ficam literalmente impossíveis de se distinguir em separado.

A dimensão social da Revolução da Tecnologia da Informação parece destinada a cumprir a lei sobre a relação entre a tecnologia e a sociedade proposta por Melvin Kranzberg (*apud* Castells, 1999, p.81), a qual postula que a tecnologia não é nem boa, nem má, mas também não é neutra. Ou seja, a tecnologia é uma força que penetra o âmago da vida e da mente.

Do final do século XX e durante a primeira década do século XXI, vive-se um intervalo cuja característica é a transformação da "cultura material" pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação. O processo atual de transformação tecnológica expande-se exponencialmente em razão de sua capacidade de criar uma interface entre campos tecnológicos mediante uma linguagem digital comum na qual a informação é gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida. Vive-se em um mundo que se tornou digital. Esse é um evento histórico da mesma importância da Revolução Industrial do século XVIII induzindo um padrão de descontinuidade nas bases materiais da economia, da sociedade e da cultura.

Diferentemente de qualquer outra revolução, o cerne da transformação que está se processando refere-se às tecnologias da informação, processamento e comunicação. O que caracteriza a atual revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para geração de mais conhecimentos e de mais dispositivos de processamento e comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso, no qual a valorização do ser humano é um aspecto que pouco se nota. O uso das novas tecnologias de telecomunicações nas duas últimas décadas do século XX passou por três estágios distintos, segundo Castells (1999, p.51): a automação de tarefas, as experiências de usos e a reconfiguração das aplicações. Nos dois primeiros estágios, o progresso da inovação tecnológica baseou-se em aprender usando. No terceiro estágio, os usuários aprenderam a tecnologia fazendo, o que acabou resultando na reconfiguração das redes e na descoberta de novas aplicações.

O ciclo de realimentação entre a introdução de uma nova tecnologia, seus usos e seus desenvolvimentos, em novos domínios, torna-se cada vez mais rápido no novo paradigma tecnológico. Conseqüentemente, a difusão da tecnologia amplifica seu poder de forma infinita, na medida em que os usuários apropriam-se dela, redefinindo-a. Dessa forma, os usuários podem assumir o controle da tecnologia como no caso da Internet. Pela primeira vez

na história, a mente humana é uma força direta de produção, não apenas um elemento decisivo no sistema produtivo.

As novas tecnologias da informação difundiram-se pelo globo em menos de duas décadas, entre meados dos anos 70 e 90 do século XX, por meio de uma lógica que é a característica dessa revolução tecnológica: a aplicação imediata no próprio desenvolvimento da tecnologia da informação gerada, conectando o mundo através daquilo mesmo que foi produzido.

Entretanto, há grandes áreas do mundo e consideráveis segmentos da população que estão desconectados do novo sistema tecnológico. As áreas desconectadas são cultural e espacialmente descontínuas, além do que os caminhos seguidos pela indústria, economia e tecnologia são, apesar de relacionados, lentos e de interação descompassada. A emergência de um novo sistema tecnológico na década de 70 deve ser atribuída à dinâmica autônoma da descoberta e difusão tecnológica, inclusive aos efeitos sinérgicos entre todas as várias e principais tecnologias.

As afirmações anteriores sobressaem por evidenciar alguns pontos impossíveis de serem ignorados, uma vez que não se estabelece uma hegemonia sem resistências, tal como já lembrava Gramsci nas suas observações sobre a sociedade civil. Assim, verifica-se a existência de oposições portadoras de características próprias, suficientemente fortes para se pensar em reconhecer manifestações de cunho contrário ao proposto pelo modelo social vigente, no informacionalismo. Nessa trilha, algumas considerações devem ser levadas em conta, como será visto a seguir.

Na busca por distinções entre movimentos sociais e movimentos ativistas, percebe-se que as semelhanças nas definições entre essas categoriais são mais numerosas que as diferenças. Para Sztompka (1998, p. 465, *apud* KUNSCH, 2005, p. 26) os movimentos sociais são “agrupamentos coletivos francamente organizados que atuam juntos de maneira não institucionalizada para produzir uma mudança na sociedade”. Com efeito, Cecília Peruzzo (1998, p.44) esclarece que

(...) conceitualmente, as expressões movimentos sociais, movimentos coletivos, movimentos populares, movimentos sociais urbanos, movimentos sociais populares, entre outras, são [expressões] usadas indistintamente, o que talvez reflita sua grande diversidade e heterogeneidade em nossa sociedade.

Kunsch (2005, p.26) endossa a classificação dos movimentos sociais de Peruzzo, para quem os movimentos sociais são aquelas expressões

(...) ligadas aos bens de consumo coletivo, envolvidas na questão da terra, relacionadas com as condições de vida, motivadas por desigualdades culturais, dedicadas à questão trabalhista, voltadas à defesa dos direitos humanos e vinculadas a problemas específicos.

Aprofundando esta perspectiva, convém mencionar que na década de 1970, a partir da problemática urbana, Castells desenvolvia o conceito de "movimentos sociais urbanos", entendidos como "sistemas de práticas sociais contraditórias que controvertem a ordem estabelecida a partir das contradições específicas da problemática urbana" (CASTELLS, 1976, p.3). A primeira destas contradições diz respeito ao aumento crescente das exigências do consumo coletivo, decorrentes do próprio desenvolvimento capitalista, contrapostas à incapacidade do sistema para resolvê-las satisfatoriamente; a segunda se refere ao modo individual de apropriação das condições de vida e ao modo coletivo de gestão deste processo. Ambas as contradições determinam a presença necessária do Estado na gestão dos problemas urbanos. Tal intervenção, entretanto, só se realiza dentro da lógica imposta pelas forças sociais existentes: na medida em que o Estado expressa, em última instância, os interesses das classes dominantes, sua presença termina por implicar dominação e integração.

Assim, para Castells (1976) é neste contexto que emergem os movimentos sociais urbanos, na gênese dos quais, estariam as "novas necessidades" resultantes do desenvolvimento das forças produtivas, contrapostas aos objetivos de uma política que não as prioriza.

Durante as décadas de 70 e 80 do século XX, os modos de produção vigentes são submetidos à uniformização de inúmeros processos, e é o próprio Castells (1999) quem demonstra que tais processos conduziram a humanidade ao atual modo informacional de desenvolvimento. Nessa matriz, a fonte de produtividade está na tecnologia de geração de conhecimento, de processamento da informação e de comunicação de símbolos, elementos cruciais em todos os modos de desenvolvimento, visto que o processo produtivo sempre se baseia em algum grau de conhecimento e no processamento da informação.

A partir dos anos de 1970, a reestruturação do capitalismo prosseguiu, e é nesse período também que várias formas de niilismo intelectual, ceticismo social e descrença política se apresentam, por parte daqueles que renunciaram à capacidade de entendimento, celebrando o fim da história e da razão, particularmente após a derrocada dos regimes estabelecidos nos países do Leste europeu e na extinta União Soviética. Tal postura, difundida especialmente a partir da publicação de "O fim da história e o último homem" <sup>26</sup>, do nipo-norte-americano Francis Fukuyama, revela os esforços ofensivos e sem precedentes da ideologia neoliberal em revigorar a tese de que o capitalismo e a democracia burguesa constituem o coroamento da história da humanidade. Ou seja, no final do século XX, a

---

<sup>26</sup> O artigo de Fukuyama, com o título "*The end of history*" apareceu em 1989, na revista norte-americana *The national interest*. Em 1992, Fukuyama lançou o livro *The end of history and the last man*, editado no Brasil com o título "O fim da história e o último homem" [trad. Aulyde Soares Rodrigues], Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

humanidade teria atingido o ponto culminante de sua evolução, com o triunfo da democracia liberal ocidental sobre todos os demais sistemas e ideologias concorrentes.

A perda da historicidade e o fim da "grande narrativa" são as características axiais do pós-modernismo, assim entendido por Sérgio Paulo Rouanet:

(...) depois da experiência de duas guerras mundiais, depois de Aushwitz, depois de Hiroshima, vivendo num mundo ameaçado pela aniquilação atômica, pela ressurreição dos velhos fanatismos políticos e religiosos e pela degradação dos ecossistemas, o homem contemporâneo está cansado da modernidade. Todos esses males são atribuídos ao mundo moderno. Essa atitude de rejeição se traduz na convicção de que estamos transitando para um novo paradigma. O desejo de ruptura leva à convicção de que essa ruptura já ocorreu, ou está em vias de ocorrer (...). O pós-moderno é muito mais a fadiga crepuscular de uma época que parece extinguir-se ingloriosamente que o hino de júbilo de amanhã que despontam. À consciência pós-moderna não corresponde uma realidade pós-moderna. Nesse sentido, ela é um simples mal-estar da modernidade, um sonho da modernidade. É literalmente, falsa consciência, porque consciência de uma ruptura que não houve, ao mesmo tempo, é também consciência verdadeira, porque alude, de algum modo, às deformações da modernidade."<sup>27</sup>

Ao cenário esboçado, acrescenta-se a fragmentação dos movimentos sociais e o reagrupamento dos indivíduos em torno de identidades primárias: religiosas, étnicas, territoriais, nacionais. Para Castells (1999, p.23) a maior força de segurança pessoal e mobilização coletiva destes tempos conturbados é, provavelmente, traduzida pelo fundamentalismo religioso. Aceitando a individualização do comportamento e a impotência da sociedade ante seu destino, o sociólogo espanhol afirma acreditar na racionalidade, nas oportunidades de ação social significativa, na política transformadora e no poder libertador da identidade, mas não aceita a necessidade da individualização da identidade ou captura desta pelo fundamentalismo, acreditando também que "(...) observar, analisar e teorizar é um modo de ajudar a construir um mundo diferente e melhor" (CASTELLS, 1999, p.47).

Em função dos impactos das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, Castells (1999) assinala que os movimentos sociais sofrem várias mudanças de paradigma, como por exemplo, de "comportamento de massa" para "mobilização de recursos", ou de "processos políticos" para "novos movimentos sociais". Os debates, então, se centram na aplicabilidade desses eixos, em colocações diversas, através da periodização da ação coletiva, divergindo ou unificando o impacto de políticas e de identidades, e em função da conveniência dos compromissos políticos dos investigadores. Consta-se também que redes de ativistas transnacionais estão desenvolvendo novos repertórios de protesto que desafiam as abordagens convencionais até então articuladas em torno dos movimentos sociais. Considera-se que ainda é cedo para prever os desdobramentos e conseqüências do ativismo em Rede. Entretanto, Denis de Moraes nos chama a atenção para o fato de que

<sup>27</sup> ROUANET, S. P., As Razões do Iluminismo, 7ª reimpressão. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

As ONGs convenceram-se de que, em um mundo interdependente com economia globalizada e instantaneidade de fluxos eletrônicos, os agentes sociais devem interconectar-se. Problemas, conflitos, negociações e encaminhamentos adquirem proporções imprevistas, não raro planetárias, requerendo respostas de igual amplitude. O que pressupõe articular reações e propostas numa velocidade e numa dimensão compatíveis com as sucessivas demandas. Daí porque a organização em redes, dentro e fora da Internet, se revela inovadora. Elas facilitam a intercomunicação de indivíduos e agrupamentos heterogêneos que compartilham visões de mundo, sentimentos e desejos. (MORAES, 2001, p.19).

Assim, entende-se que a conscientização acerca da importância da Internet para a difusão das demandas sociais tende a ampliar significativamente o surgimento de novos modelos para o intercâmbio comunicacional e para a produção de informação que contribua para a construção de outra globalização, dinamizando as lutas das entidades civis em prol da justiça social.

Considerando a velocidade com que transformações de toda ordem ocorrem no momento, principalmente aquelas decorrentes dos usos das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, entende-se, como postulava Manuel Castells na ocasião em que publicou o seu *A Sociedade em Rede* (1999), que a interação entre ação social consciente e forças tecnológicas constitui, ainda, tema de investigação, mas a matriz dessas interações, neste momento, certamente já se aproxima de abordagens que perscrutam o seu destino, a despeito de questões como info-inclusão x info-exclusão, fratura digital e descontinuidade territorial dos usos da tecnologia. Prova disso, são as significantes proliferações de web sites ativistas, indicador relevante de uma nascente predisposição da sociedade civil em fazer uso das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, para ampliar o espectro de sua atuação.

Conflitos sociais de inúmeras naturezas compõem os cenários nos quais uma nova categoria de movimento ativista assenta suas bases, a partir do ciberespaço tornando-se ingredientes polarizadores de uma nova era de debates e negociações. Contudo, não se pode pensar que estamos diante do modelo clássico de contradições no qual as ruas, por exemplo, era palco de manifestações e confrontos das disputas sociais. Isso não significa que tais confrontos não possam ocorrer, mas, no âmbito deste trabalho, interessa descobrir outros tipos de embates, alinhados com as denominadas Novas Tecnologias de Informação e da Comunicação. Aliás, justamente nelas residem os meios usados por aqueles que discordam dessa nova realidade que vem sendo implementada nos últimos tempos. Assim, a comunicação adquire grande relevância dentro dessas manifestações, razão pela qual essa temática será abordada no capítulo seguinte.

## CAPÍTULO III

### COMUNICAÇÃO, CONFLITO SOCIAL E CIBERATIVISMO

A comunicação entendida como um mecanismo de intervenção social adquire significado relevante no mundo atual. Se pensarmos na predominância das Novas Tecnologias da Comunicação dentro da perspectiva social dos movimentos sociais e da veiculação de conteúdos disponíveis para os usuários da Rede, nos deparamos com uma situação bastante desafiadora que exige verificar se a própria comunicação está imune aos embates do capital e da iniciativa privada assim como temos que checar as formas pelas quais se pode realizar um movimento de resistência, como podem ser as ações de boicote. Essas duas questões, a da comunicação e a dos boicotes serão objetos de estudo neste terceiro capítulo da presente dissertação.

#### 3.1 Comunicação em tempos de globalização

O quadro apresentado nos capítulos anteriores teve o objetivo de demonstrar como as Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação atingiram tal predominância, em parte, pelas facilidades oferecidas pelo desenvolvimento tecnológico das comunicações e da computação. Os meios de comunicação se manifestaram como grandes aliados das elites controladoras do capital internacional no seu desenvolvimento para tornar-se hegemônico. A mídia, nessa trajetória, se preocupou mais em divulgar valores relacionados com a iniciativa individual do que com a prática de iniciativas coletivas tal como afirma Sodré, para quem os meios de comunicação, “desempenham papéis estratégicos na naturalização ideológica da economia neoliberal de mercado” (p.35, 2003).

Mas, não seria só essa alteração a que ocorreria nos meios de comunicação. Segundo McChesney (2003), as mudanças resultantes da globalização ocasionariam a privatização dos serviços de telecomunicação ocorridos no mundo todo nas últimas décadas, por meio de compras, fusões e parcerias que alteraram radicalmente a economia política do setor promovendo, vigorosamente, o processo de oligopolização dos mesmos. A incessante busca de lucro, na visão de McChesney (*idem*), aliada a desregulamentação cultural, industrial e de mercado alimentou a concentração da propriedade atingindo a mídia na sua plenitude. Dessa maneira, constituíram-se verdadeiros oligopólios, implicando em um sistema de mídia tão altamente concentrado nas mãos dos grandes interesses privados que resulta muito difícil aceitar a idéia de liberdade e imparcialidade nos meios de comunicação e muito menos, na defesa da democracia, desejo daqueles que ainda acreditam no seu potencial transformador. O problema de ter ricos proprietários privados dominando os meios de comunicação de uma

sociedade, além de impedir o avanço democrático e plural de idéias, resulta no controle daqueles que se beneficiam da desigualdade existente e da preservação do *status quo* (McCHESNEY:2003, p. 232)

Suporte hegemônico da globalização, os meios de comunicação de massa auxiliam uma espécie de consenso em torno dos valores simbólicos dominantes, procurando excluir as manifestações contrárias a essa hegemonia. Para se manter, o neoliberalismo, via empresas de comunicação, adota políticas que reforçam o poderio das empresas e busca ofuscar qualquer tentativa de um debate crítico, como assevera McChesney (*idem*) quando afirma que “os governos devem continuar grandes para melhor servir aos interesses das corporações, enquanto minimizam quaisquer atividades que possam solapar o domínio dos negócios e dos ricos”<sup>28</sup>.

Essa tentativa de minimizar as atividades que possam por em risco o domínio econômico, passa pela ação da mídia, que para McChesney (*idem*) tem um papel decisivo: “A globalização econômica e cultural seria claramente impossível sem um sistema de mídia comercial global para promover os mercados globais e encorajar os valores de consumo”<sup>29</sup>.

Assim como deixa o mercado livre para se auto-regular, o neoliberalismo também atua desregulamentando a própria mídia: “A peça principal das políticas neoliberais é, invariavelmente, a reivindicação de desregulamentar a mídia comercial e os mercados de comunicação. Na prática isto significa que são ‘re-regulamentados’ para servir aos interesses empresariais”<sup>30</sup>.

Com isso, o que se vê é uma profunda transformação da mídia e da comunicação nas últimas décadas, que foi acelerada pela evolução tecnológica digital. As pequenas e médias empresas locais e nacionais cederam espaço para megafusões, o que desembocou numa mídia formada por oligopólios globais. A revolução digital, que propiciou a junção de texto, som e imagem, forjou também esses impérios da comunicação que administram todo o tipo de conteúdo midiático.

Em curto prazo, o mercado da mídia global passou a ser dominado por sete multinacionais: Disney, AOL-Time Warner, Sony, News Corporation, Viacom, Vivendi e Bertelmann. Nenhuma dessas empresas existia em sua forma atual de empresa de mídia há apenas 15 anos<sup>31</sup>.

Além destas, há ainda cerca de 70 grandes empresas que dominam a mídia em seus países ou regiões de origem e formam o que McChesney (*idem*) chama de segundo escalão.

---

<sup>28</sup> McCHESNEY, Robert W.. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 218.

<sup>29</sup> *Ibid.*, p. 217.

<sup>30</sup> *Ibid.*, p. 218.

<sup>31</sup> *Ibid.*, p. 221.

“As empresas de mídia do segundo escalão dificilmente são ‘opositoras do sistema global. [...] Além disso, tem vínculos extensos e *joint ventures* com as principais multinacionais da comunicação”<sup>32</sup>. Juntos, esses impérios dominam as mais diversas áreas da comunicação, passando pela edição de jornais, revistas e livros, gravação e distribuição de música, produção de rádio e TV, estações de TV aberta e canais da TV paga, sistemas de televisão por satélite, produção de filmes e salas de cinema.

Para Ramonet, o sistema midiático assim constituído em oligopólios, e com a tendência de continuar se concentrando cada vez mais, é o segundo poder que rege o mundo atual – o primeiro é o poder econômico e financeiro – e que funciona como o aparato ideológico da globalização: “É o sistema que em certa medida, constitui o modo de inscrever, no disco rígido de nosso cérebro, o programa para que aceitemos a globalização”<sup>33</sup>. McChesney partilha dessa visão ao afirmar que “a combinação de neoliberalismo com a cultura da mídia empresarial tende a promover uma despolitização profunda e completa”<sup>34</sup>. Segundo Ramonet, a tática usada é a do pensamento único, “quer dizer: o que a imprensa diz, a televisão repete, a rádio repete, e não apenas nos noticiários, mas também nas ficções, na apresentação de um tipo de modelo de vida que se deve apresentar”<sup>35</sup>.

Além de uma empresa “copiar” o conteúdo da outra, outro ponto que reforça o pensamento único é aquele que diz respeito à escolha das fontes. Ao fazer um estudo nos Estados Unidos sobre a Guerra do Golfo, Kellner (2001, p.264) aponta que foram muitas as vozes simplesmente excluídas da grande mídia (norte-americana), impossibilitando um debate sério sobre a reação apropriada dos americanos à invasão do Kuwait pelo Iraque. Mas a grande mídia só se baseava num número limitadíssimo de opiniões e privilegiava sempre os mesmos altos funcionários do governo e os principais líderes do Partido Democrata<sup>36</sup>.

A competitividade entre as empresas, que poderia evitar essa unificação das mensagens, praticamente não existe, segundo McChesney. O autor ressalta que muitas das empresas têm propriedade cruzada, ou seja, possuem partes umas das outras, acionistas em comum, diretorias que se complementam e que por isso “lutam para minimizar o efeito da concorrência [...] são o que Joseph Schumpeter chamava de competidores ‘co-respectivos’, típicos de situações com alto nível de monopolização”<sup>37</sup>.

<sup>32</sup> MCCHESENEY, Robert W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003., p. 228.

<sup>33</sup> RAMONET, Ignacio. O poder midiático. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 246

<sup>34</sup> MCCHESENEY, op cit., p. 236

<sup>35</sup> RAMONET, Ignacio. O poder midiático. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 246-7

<sup>36</sup> KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001. p. 264.

<sup>37</sup> MCCHESENEY, Robert W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 230

O pensamento único e a falta de concorrência também são motivados pela ganância do lucro. As empresas não querem se diferenciar muito uma das outras com medo de desagradar o receptor. Kellner observou esse fato nos veículos eletrônicos americanos na cobertura da Guerra do Golfo: “Os meios de comunicação por televisão e rádio têm medo de contrariar aquilo que parece ser um consenso popular, de afastar-se do público e de defender pontos de vista impopulares porque receiam perder sua fatia de audiência e, portanto, seus lucros”<sup>38</sup>.

Ainda olhando o cenário maior do qual a mídia faz parte, McChesney (2003) faz a devida correlação entre a busca pelo lucro e as idéias neoliberais vigentes quando afirma que a verdadeira força motriz tem sido a busca incessante de lucro que marca o capitalismo, e que fez pressão em prol de uma mudança para a desregulamentação neoliberal. Na mídia, isto significa o relaxamento ou a eliminação de barreiras à exploração comercial e à propriedade concentrada de meios de comunicação<sup>39</sup>.

Uma das saídas apontadas por McChesney é no sentido de promover uma “reforma estrutural na mídia, [...] desmembrar as grandes empresas, recuperar o rádio e a TV não comercial e sem fins lucrativos, criar um setor de mídia independente, não comercial e sem fins lucrativos, sob controle popular”<sup>40</sup>. Compartilha-se aqui a visão do autor que apregoa o fortalecimento das emissoras não comerciais, principalmente quando ele enfatiza que o controle do conteúdo da programação seja democratizado e não fique apenas nas mãos de uma elite<sup>41</sup>. Tal tendência mundial adquire, segundo a jornalista Teresa Bouza, dimensões preocupantes<sup>42</sup>. Uma delas seria a inexistência de uma legislação específica e de restrições legais, na maioria dos países, para evitar a concentração dos meios nas mãos de poucas empresas. Outro componente preocupante diz respeito ao papel da publicidade nos meios. A dependência econômica de grandes anunciantes interfere na divulgação de determinadas notícias contrárias aos interesses desses grupos.

Contudo, nesse ambiente de concentração, a Internet aparece como um lócus ideal para a proliferação e manifestação de propostas alternativas à tendência de supremacia hegemônica exercida pelos grupos midiáticos. Ignácio Ramonet (2003) pode ser considerado um autor totalmente afinado com a problemática citada anteriormente. Entretanto, sua abordagem relacionada com a concentração da mídia sugere alguns pontos que adquirem relevância significativa. Num texto bastante curto, Ramonet avança no sentido de relacionar

---

<sup>38</sup> KELLNER, op cit., p. 273.

<sup>39</sup> MCCHESENEY, Robert W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 221.

<sup>40</sup> Ibid., p. 241.

<sup>41</sup> Acreditamos que essa democratização possa ser feita com a criação de conselhos que contemplem todos os setores da sociedade e que atuem junto às emissoras.

<sup>42</sup> BOUZA, Tereza. Especialistas alertam sobre perigo de concentração na mídia na América Latina. IN: <http://noticias.uol.com.br/ultnot/efe/2007/02/21/ult1766u20439.jhtm>.

os processos de concentração dos grandes grupos midiáticos com outros setores como eletricidade, informática, armamento, construção telefonia e água<sup>43</sup>. Assim, a junção de empresas envolvendo dois segmentos (sendo que um deles é o da comunicação) faz com que Ramonet perceba uma clara predominância da atuação do capital fundamentado na supremacia do mercado. A luta constante pela obtenção do lucro resulta, no mínimo, no fim de alguns valores considerados por ele fundamentais, dentre eles, o direito do cidadão estar bem informado. O exemplo mais ilustrativo, sustenta Ramonet, ocorreu nos Estados Unidos, onde as regras contra a concentração do audiovisual foram abolidas em fevereiro de 2002. A *América Online* adquiriu a *Netscape*, a revista *Time*, a *Warner Bros* e a cadeia de informação *CNN*; a *General Electric*, a maior empresa mundial pela sua capitalização em bolsa, apossou-se da rede *NBC*; a *Microsoft* de Bill Gates reina sobre o mercado de softwares, quer conquistar o de jogos eletrônicos com o seu console *X-Box* e, através da sua agência *Corbis*, domina o mercado do fotojornalismo; a *News Corporation* de Rupert Murdoch, tomou o controle de alguns importantes jornais britânicos e americanos (*The Times*, *The Sun*, *The New York Post*), possui uma rede de TV por satélite (*BskyB*), uma das cadeias dos Estados Unidos (*Fox*), além de uma das principais produtoras de filmes (*20th Century Fox*). Na França, país no qual reside Ramonet, a crise da publicidade e de vendas por assinatura ocasionou a passagem do controle dos meios de comunicação para grupos ligados à indústria bélica, notadamente o *Dassault* e o *Lagardère*, que têm em comum a particularidade de serem constituídos em torno de uma empresa central cuja atividade é militar (aviões de caça, helicópteros, mísseis, foguetes, satélites...). Como quem antevê uma tragédia, o próprio Ramonet comentaria, em 2003: "O medo está então realizado: algumas das maiores mídias estão a partir de agora nas mãos dos mercadores de canhões... Na hora das tensões com o Iraque, pode-se supor que estas mídias não se oporão com verdadeira energia a uma intervenção militar contra Bagdá..."

De maneira bastante detalhada, Ignácio Ramonet, no lançamento da edição espanhola *online* do *Le Monde Diplomatique*, apresentou as idéias predominantes no sistema de informação em um mundo dominado pelos conglomerados da mídia<sup>44</sup>. Inicia sua arguição com um posicionamento taxativo: a imprensa está em crise. Tal afirmação se assenta numa abordagem detalhada das transformações operadas recentemente na concepção do que se entende por informação.

Para Ramonet, alguns fatores teriam corroborado na descaracterização da informação, função primordial na profissão do comunicador social, responsável pela formação de qualidade do cidadão. O primeiro desses fatores está relacionado com a própria idéia de

---

<sup>43</sup> RAMONET, Ignácio. **A Mídia concentrada**. IN: <http://www.umacoisaeoutra.com.br/marketing/ramonet.htm>  
RAMONET, Ignácio. **Informarse cuesta**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida de [sector3@sector.net](mailto:sector3@sector.net) em 3 de setembro de 2002.

informação. Antes da tal crise por informação, entendia-se a descrição precisa e documentada do fato a ser publicado. Além disso, as empresas de comunicação precisavam subsidiar o receptor com dados suficientes para que este compreendesse seu significado mais profundo. Perguntas-chaves como: quem fez o quê, com que meios, onde, porque, e quais as conseqüências, deveriam ficar totalmente esclarecidas para o leitor. Para Ramonet, o advento da televisão e sua supremacia como meio de comunicação implicou num duro golpe naquela concepção antiga de informação. A razão dessa transformação reside no fato de que se pode assistir ao vivo, em tempo real, praticamente a tudo o que acontece. Com isso, a reflexão e as explicações passaram para um segundo lugar ou simplesmente foram abandonadas. Como se, para se estar informado fosse necessário apenas ver o acontecimento, dispensando-se o entendimento de seu significado.

Outro ponto abordado por Ramonet refere-se à tirania do tempo presente vivenciado na contemporaneidade. A televisão torna-se, novamente, o alvo de suas críticas. Aceitando como verdadeira a premissa anterior, é possível concluir que o tempo presente está determinado pela imagem. Efetivamente, na hora de selecionar os fatos para que sejam publicados na imprensa escrita, imperam os que possuem imagens e, conseqüentemente, o resto das notícias fica num segundo lugar, quando não são ignoradas. A televisão, num mundo de clara predominância visual, estaria ditando as regras ao jornalismo impresso. As notícias que não aparecem na TV perdem sua importância, mesmo que algumas sejam mais relevantes que àquelas vistas e aceitas pelo público como verdadeiras. Dessa forma, a imagem determina a informação na atualidade. O tempo da informação aparece como outro fator a ser considerado. Para Ramonet, a informação hoje se resume ao que pode ser comunicado ao vivo, em tempo real. Quando um fato chega ao leitor, normalmente é considerado ultrapassado e o potencial de avaliação e reflexão que poderia provocar encontra já um público "informado". De alguma maneira, no jornalismo, a entrada de fotos coloridas e a transformação visual da primeira página, valorizando as manchetes e as notícias breves, representam uma tentativa de adequação a essa predominância do público das imagens. Com isso, o espaço anteriormente destinado à exposição de opiniões e análises no jornal impresso cedeu espaço para as imagens e as notícias resumidas.

Outro componente apresentado por Ramonet diz respeito à veracidade da informação. Na atualidade, um fato é verdadeiro, não por se aplicar critérios objetivos, rigorosos ou porque as fontes tenham sido devidamente verificadas. A veracidade se impõe pela repetição constante e permanente de dados, nem sempre confirmados. Como estamos num momento de alta competitividade, a mesma notícia veiculada pela televisão, pelo rádio e pelo jornal, torna-

se verdadeira. Se a isto se acrescenta a deficiência dos meios de comunicação em avaliar as estruturas, se chega a uma situação na qual impera o simplismo e a superficialidade.

A soma desses fatores constitui o que Ramonet citava como crise dos meios de comunicação. Neles, prevaleceria a repetição, a imitação, o plágio e a formatação padronizada. Informação e comunicação tendem a ser equivalentes, quando em outros momentos possuíam características bem diferenciadas. Ramonet denomina essa situação de "censura democrática", ou seja, o poder do sistema em manipular os meios fornecendo-lhes as mesmas versões e imagens. Aparentemente, se aceita o sistema democrático como o mais válido e representativo, mas a capacidade da crítica fica diluída dentro dos limites "verdadeiros" estabelecidos por esse sistema. O excesso de democracia geraria a apatia, recaindo no público, preso por essa rede de facilidades provenientes das novas tecnologias e da ausência da crítica.

Para Ramonet (2003), a concentração vigente no atual processo de globalização, deve ser entendida dentro de duas dinâmicas poderosas e contraditórias: fusão e fissão. Por um lado, verifica-se como muitos Estados e empresas procuram alianças consideradas necessárias para sobreviver dentro desse mundo globalizado, movimento denominado de fusão. O efeito desejado nesse processo consiste na busca e soma de forças, principalmente econômicas, para conseguir força ou seguridade nas suas operações. Entretanto, alerta Ramonet, em decorrência desse movimento de integração, diversas comunidades e empresas aparecem e entram em cena (fissão) perdendo, com o passar do tempo, seus valores e identidades em função do contato com "aliados" mais poderosos. Por essa razão, Ramonet acredita na existência de um forte componente destrutivo dentro da concentração midiática e sustenta que as instituições e organismos internacionais, geralmente usam o saber acumulado das universidades, ou de alguns membros das universidades, para ampliar e divulgar a nova. Assim, alguns economistas, jornalistas, escritores, cronistas e dirigentes políticos aceitam os mandamentos da Nova Tabula da Lei que acabam sendo constantemente repetidos pelos meios de comunicação de massa. Ele enumera algumas das "bíblis" onde circulam essas idéias: *The Economist*, *Far Eastern Economic Review*, a agência *Reuters* e *The Wall Street Journal*. Os grandes investidores e detentores da riqueza mundial são fiéis leitores dessa literatura. Por sua vez, os meios anteriormente enumerados não deixam de repetir, sem parar, idéias e fatos que favorecem e legitimam o mundo globalizado.

A repetição constante, tática usada pelos meios de comunicação para persuadir e conseguir a adesão da audiência acaba minando as oposições, inclusive a dos marxistas mais convictos que não ficam incólumes diante do volume de informações. Qual seria a grande idéia que esses megagrupos querem inculcar nas pessoas? Ramonet é taxativo ao sustentar

que apenas desejam que se acredite no trunfo e predominância da economia sobre a política. Aliás, esse seria o primeiro e principal mandamento do pensamento único: o novo deus do momento é o mercado. Os outros mandamentos derivam do primeiro e principal: "a mão invisível do mercado corrige as desigualdades e disfunções do capitalismo"; "os mercados financeiros possuem os sinais para orientar e determinar o movimento geral da economia"; "o comércio livre sem barreiras é um fator de desenvolvimento econômico e social"; "a globalização da produção manufatureira e, especialmente, dos fluxos financeiros, deve ser estimulado a qualquer custo"; "a divisão internacional do trabalho amaina as questões trabalhistas e diminui os custos com a mão de obra" e "ter uma moeda forte é uma obrigação para todos os países, assim como deve ser um princípio constante a desregulamentação e privatização das companhias estatais".

Dessa maneira, podemos afirmar, seguindo o raciocínio de Ramonet, que a nova ordem estabelecida prega a diminuição do Estado em todas as suas funções, defende a necessidade constante de favorecer os interesses do capital em detrimento do trabalho e se despreocupa com outras questões como, por exemplo, o meio ambiente. Trata-se, portanto, de um processo totalmente destrutivo. A repetição constante deste novo catecismo em todos os meios de comunicação de massas e por quase todos os dirigentes do mundo - sejam de esquerda ou de direita-, confere tanta força a esse pensamento que impede e desestimula o surgimento de posicionamentos contrários à lógica definida como válida, única e verdadeira pela globalização.

No que tange à própria gênese da Internet e ao surgimento das comunidades virtuais e suas mobilizações, Manuel Castells, (1999) adverte sobre a necessidade de se compreender a revolução da tecnologia da informação, ora em curso, as implicações desta no que se convencionou chamar de "nova economia" e os processos sociais dominantes decorrentes desses fenômenos, processos esses organizados em torno de redes, a partir do que formula as teorias: "social de espaço" e do "espaço de fluxos". Castells assinala que "(...) o controle estatal sobre o espaço e o tempo se vê superado cada vez mais pelos fluxos globais de capital, bens, serviços, tecnologia, comunicação e poder" (2000, p. 271).

Como observa Canclini,

Se a burocratização técnica das decisões e a uniformidade internacional imposta pelos neoliberais na economia reduzem o que está sujeito a debate na orientação das sociedades, pareceria que estas são planejadas desde instâncias globais inalcançáveis e que a única coisa acessível são os bens e as mensagens que chegam à nossa própria casa e que usamos "como achamos melhor" (CANCLINI, 1999, p.37).

A despeito da brutal assimetria dos receptores frente às empresas de mídia, Armand Mattelart<sup>45</sup>, um dos mais respeitados estudiosos da Comunicação, acredita ser possível uma “ecologia da informação” que se empenhe em construir e eternizar os “contra-poderes”. Ao ser questionado sobre as formas pelas quais os povos do mundo pudessem usar os meios de comunicação para dominar a mídia, Mattelart<sup>46</sup> esclarece que:

É a filosofia da ação que motivou o lançamento, em 2002, no segundo Forum Mundial Social (FMS) de Porto Alegre, do projeto de uma "força ético-moral", encarnada em um observatório internacional dos meios (*Media Watch Global*). Este observatório está destinado a multiplicar-se através de observatórios nacionais, compostos por profissionais da informação, de todos os tipos de meios; de universitários e pesquisadores de todas as disciplinas, em particular especialistas dos meios e da informação; de usuários e observadores críticos da mídia e associações que os representam. Observar é também estudar as causas estruturais dos silêncios da cobertura midiática, a razão das censuras, das distorções, estar atento a todos os debates e iniciativas que concernem às estruturas dos meios. Observar não é só estigmatizar, mas suscitar propostas.

Para compreender a "nova ecologia dos meios de comunicação" e como esta se organiza na extensão do ciberespaço, também é relevante o paradoxo enunciado por Pierre Lévy<sup>47</sup>, ou seja, que o ciberespaço, quanto mais universal (extenso, interconectado, interativo), se torna menos totalizável, já que a cada conexão suplementar mais heterogeneidade se acrescenta; novas fontes de informação, novas linhas de fuga, de maneira que o sentido global fica cada vez menos legível, cada vez mais difícil de circunscrever, de encerrar e, portanto, de ser dominado. Nas palavras de Lévy,

(...) esse Universal dá acesso a um gozo do mundial, à inteligência coletiva em ato da espécie. Faz-nos participar mais intensamente da humanidade viva, mas sem que isso seja contraditório; ao contrário, com a multiplicação das singularidades e a ascensão da desordem (...) a ecologia das técnicas de comunicação propõe, os atores humanos dispõem. Eles são quem decidem em última instância, deliberadamente ou na semi-inconsciência dos efeitos coletivos, do universal cultural que juntos estão construindo. *E, para isso, devem ter percebido a possibilidade de novas escolhas* (LÉVY, 1999, p.47) (Grifo da autora).

Para esse autor, o ciberespaço pode favorecer uma evolução geral da civilização, na medida em que propicia o surgimento do que denomina inteligência coletiva, que se pressupõe universal. O ciberespaço tem otimizado a comunicação entre computadores, disseminando a pesquisa de informações, bem como a possibilidade de comunicação de coletivo para coletivo, por intermédio das *mailing lists*. Alguns desses sistemas, segundo afirmava Lévy em 1999, funcionavam apenas em redes especializadas de grandes empresas ou por alguns serviços comerciais. Atualmente, os *newsgroups* ou simplesmente *news*, como

<sup>45</sup> Em entrevista concedida ao portal *Minga Informativa de Movimientos Sociales*, disponível em: [http://movimientos.org/foro\\_comunicacion/show\\_text.php3?key=4997](http://movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=4997)

<sup>46</sup> Idem

<sup>47</sup> “O Universal Sem Totalidade, essência da Cybercultura”, artigo disponível em: <http://www.sescsp.org.br/sesc/conferencias/subindex.cfm?Referencia=168&ID=36&ParamEnd=9>

são chamadas as conferências eletrônicas via Internet promovem a visibilidade dos grupos de discussão que são constituídos em função dos assuntos cujo interesse é comum ao grupo. Nesse mesmo trabalho, o autor menciona também o aparecimento de dispositivos de ensino em grupo destinados ao compartilhamento de recursos computacionais, antecipando o conceito do que hoje é chamado de educação a distância ou *e-learning*. Tais dispositivos promovem a discussão coletiva e o compartilhamento do conhecimento, bem como o acesso a tutores *online*, a base de dados e hiperdocumentos, além de simulações.

Entretanto, como veremos a seguir, existem possibilidades alternativas a esse processo. Incentivar práticas coletivas de gestão da informação e defender valores humanistas (que fujam da lógica de mercado) nos conteúdos parece ser uma estratégia válida na luta contra-hegemônica. Porém, antes de abordar como, principalmente, na Internet se operam novas manifestações de movimentos alinhados com a crítica a hegemonia do neoliberalismo resulta importante salientar a existência do conflito social num sistema claramente marcado pela desigualdade e predominância de uns grupos sobre os outros.

### 3.2 Conflito social e ciberativismo

As páginas anteriores evidenciaram as desigualdades existentes dentro da sociedade na qual prevalece o capital. Resulta difícil imaginar que dentro dela não existam contradições e desigualdades uma vez que, principalmente, um grupo acaba usufruindo os benefícios e demais vantagens dentro desse tipo de configuração social. Ocorre uma disputa, nem sempre explícita ou visível, na qual cada segmento procura criar seus argumentos e justificativas para prevalecer no poder. No entanto, o conflito existe, seja velado ou público, razão pela qual se torna importante caracterizar as suas dimensões e manifestações.

Ao procurar um sentido para a palavra conflito, é possível encontrar um primeiro significado no verbo *confligere*<sup>48</sup> (lutar, brigar, guerrear) o que já expressa e sugere uma contraposição entre perspectivas, idéias, ideologias, pessoas e ações. Ou seja, conflito pressupõe confronto entre pontos de vista incluindo neles não só as pessoas, como também suas idéias e posicionamentos. Avançando na tentativa de especificar a natureza do conflito, uma contribuição bastante elucidativa pode ser a dada por Eugenio Willems, no *Dictionnaire de Sociologie*, quando dimensiona o conflito social como:

(...) competição consciente entre indivíduos ou entre grupos, que visa à sujeição ou a destruição do rival. O conflito pode revestir formas diversas, como a rivalidade, a discussão, até o litígio, o duelo, a sabotagem, a revolução, a guerra, compreendidas nele, portanto, todas as formas de lutas abertas ou não (WILLEMS, *apud* MIRANDA ROSA, 1996, p.78).

<sup>48</sup> Segundo o dicionário virtual multilíngüe Babylon, versão 6.0 ( [www.babylon.com](http://www.babylon.com) ), a tradução latim-inglês do termo *conflict* em latim é *confligo*. V. *clash/ collide; contend/fight/ combat; be in conflict/at war; argue/disagree*.

As colocações anteriores indicam claramente a necessidade de empreender o entendimento do conflito social em um contexto no qual sua manifestação nada mais significa que a manifestação de embates resultantes de uma tentativa de fazer valer visões portadoras de valores dentro de uma determinada sociedade. Ele é a manifestação concreta dos antagonismos de grupos e classes e, por meio dele, se evidencia a experiência concreta de construção de sujeitos sociais, configurando as identidades coletivas a partir de motivações e interesses compartilhados, os quais vão dar forma às estratégias de luta, às organizações e às manifestações. É através dos conflitos sociais que o homem provoca mudanças na sociedade. Se, em essência, conflito social é luta e se a luta pressupõe a defesa de interesses, convém levar em consideração a maneira como se constroem tais interesses. Não cabe aqui elaborar um tratado sobre tal problemática, embora não se possa ignorar a necessidade de mapear algumas contribuições destinadas a construir um sentido para esse processo de embate social.

Para Ralf Dahrendorf (1992) o conceito de conflito social abrange desde as disputas intrapessoais (de ordem psicológica e de consciência) até atingir os conflitos sociais entre povos, instituições e nações. Para esse cientista, os conflitos sociais contribuem para o desenvolvimento do sistema social constituindo a essência da sociedade, desde seus primórdios até a contemporaneidade. Por um lado, impulsionam a sociedade para mudanças criativas, mantendo viva a transformação histórica. Por outro, fornecem os elementos direcionadores da sociedade. Por isso, Dahrendorf (1992:43-44) entende o conflito como o relacionamento de elementos que se caracterizam pelo contraste entre o objetivo e o subjetivo que, no caso do conflito social, deriva da estrutura social, configurando uma situação de confronto entre segmentos sociais distintos e opostos. Comenta, ainda, que as posições dos atores em um cenário de conflito, são delineadas a partir de interesses. A emergência para que determinados conflitos irrompam depende da força aglutinadora desses interesses e, na medida em que tais interesses se ampliam no âmbito de uma determinada coletividade, cresce a probabilidade de que um conflito venha a se configurar e se manifestar.

Na explicação do mesmo autor, para Marx, a história da humanidade e, conseqüentemente, da sociedade humana, é uma história da luta de classes, situação extrema dos conflitos e confrontos entre opressores e oprimidos, que na civilização moderna, se aglutinam em função dos antagonismos entre as forças produtivas – o proletariado – e as forças proprietárias – a burguesia. Enquanto houver dependência da propriedade privada dos meios de produção, haverá classes sociais e, conseqüentemente, a formação de conflitos sociais, porque propriedade, de um lado, significa domínio e, de outro, exclusão e servidão práticas não aceitas passivamente pela sociedade. A conscientização coletiva (desalienação)

da situação de carência e escassez é a condição para que os contrastes se evidenciem, impelindo ao conflito e ao confronto. Nas palavras de Dahrendorf:

As classes dominantes representam as “relações de produção” características de uma época. O que significa, neste caso, que elas têm interesse em manter as coisas como estão; as “coisas” aqui significando acima de tudo os padrões de riqueza existentes, as leis que lhes dão estabilidade e a distribuição do poder que os sustenta. As classes oprimidas, por sua vez, extraem seu vigor das novas “forças produtivas”. *Estas forças incluem tudo aquilo que trabalha no sentido de mudanças, tais como novas tecnologias, novas formas de organização, novas regras do jogo, e novos donos deste jogo* (DAHRENDORF, 1992, p.19) (Grifo da autora).

Dahrendorf entende, ainda, que, durante certo período e em função das relações acima expostas, as forças produtivas encontrarão formas de expressão adequadas às condições legais e sociais dominantes, mas assinala que, em função do entrave decorrente das relações de propriedade e de poder, o potencial social de satisfação dos desejos humanos, quando represado, tende a se incompatibilizar justamente nessa arena (a da satisfação dos desejos humanos), maximizando a intensidade da luta de classes. Para ele, “As revoluções não são somente expressões extremas de protesto, mas afirmações de novos modos de organização social” (Dahrendorf, 1992:20), pois são elas que criam as condições para o desenvolvimento das oportunidades antes entravadas por um antigo regime.

Mais recentemente, as análises estruturais destinadas a desvendar a noção de conflito social têm priorizado a segmentação e particularização dos embates sociais. Surgem, nesse contexto, novas formas de entender a sociedade e de participação visando objetivos mais específicos como a preservação do meio ambiente ou a defesa de grupos minoritários. De maneira ampla, todas essas questões acabam sendo colocadas dentro de uma nomenclatura capaz de abrigar essas manifestações entendidas como uma disputa pela conquista e ampliação dos direitos das pessoas, ou seja, pelo alargamento da cidadania.

Dahrendorf (1992) relata que na Atenas do século V a.C., o cidadão era o habitante da cidade, sublinhando que, por cidadão, subentendia-se o indivíduo masculino e livre. Para sintetizar as características de cidadania, esse autor se vale de um texto de Tucídides (em tradução feita por CROWLEY, em 1952) a respeito da Guerra do Peloponeso, no qual ele relata que Péricles explica aos sobreviventes as razões pelas quais seus entes queridos haviam tombado e descreve a constituição da cidade. Tal texto é o seguinte:

Sua administração favorece a muitos ao invés de a poucos; por isso ela é chamada de democracia. Se formos às leis, elas permitem justiça igual para todos nas suas diferenças particulares; se à situação social, o avanço na vida pública é decorrência da reputação de capacidade, não sendo permitido que considerações de classe interfiram no mérito; nem, mais uma vez, a pobreza bloqueia o caminho, se um homem for capaz de servir ao estado, ele não será prejudicado pela obscuridade de sua condição.

Sem pretender realizar aqui uma retrospectiva histórica e conceitual da noção do termo cidadania, mas com a intenção de contextualizar tal abordagem para melhor compreender

questões pontuais acerca da Sociedade Civil Global faz-se oportuno lembrar que na Grécia dos séculos VI e V a.C, cidadão era todo aquele que tinha o direito e o dever de contribuir para a formação do governo, criando-se, assim, a tradição da cidadania política.

Aquele sentido original de cidadania, em nossos dias sofreu algumas transformações. Sabemos que em um primeiro momento a cidadania dizia respeito aos direitos e às obrigações entre o Estado e o cidadão. Portanto, cidadania representava um conceito recorrente ao se abordar aspectos tais como a justiça, os direitos, a inclusão social, a ecologia, a coletividade e a causa pública no âmbito de determinado estado-nação. Cidadania implicava, portanto, nas conquistas e nos usos dos direitos civis, políticos e sociais, encerrando, em si mesma, uma evidente dimensão política que acabaria sendo ampliada com o passar do tempo.

Margarida Kunsch (2005, p.23) observa, então, que o problema axial da cidadania reside em *quem e como* pode exercê-la. Para essa autora, duas distinções são necessárias: a primeira, diz respeito à cidadania como direito; em um segundo momento, coloca-se a questão da incapacitação política dos cidadãos, “(...) em razão do grau de domínio dos recursos sociais e de acesso a eles” (idem, p.22). Kunsch observa ainda que da mesma maneira que na *ágora* grega escravos, mulheres e *metekes* (estrangeiros) dela não participavam, no Brasil, por exemplo, a mulher e os analfabetos iriam adquirir o direito ao sufrágio universal apenas em 1934 e 1988, respectivamente. Portanto, ainda na contemporaneidade, a cidadania não é exercida de forma homogênea entre todos os indivíduos, em todas as nações. De país para país, dependendo do período histórico em questão observa-se, freqüentemente, que apenas uma parcela da população pode exercer a cidadania plenamente. Ressalte-se também que a participação do cidadão prescinde da organização coletiva. São os agrupamentos coletivos – ou movimentos sociais – francamente organizados que atuam juntos, ainda que de maneira não institucionalizada, para transformar a sociedade. Ou seja, a participação dos movimentos sociais é o que efetivamente constituirá a dinâmica e operabilidade daquilo que Gramsci entendia por *sociedade civil*.

As estruturas institucionais que favorecem a cidadania, portanto, têm origem na esfera estatal, enquanto a sociedade civil atua na esfera pública, arena na qual grupos se criam e se engajam em debates e tais associações e organizações, originadas nesse meio, passam a pressionar em direção a determinadas opções políticas, fortalecendo as estruturas institucionais que favorecem a cidadania.

Kunsch (2005, p.32) ressalta que:

Se observarmos o que está acontecendo ao redor do mundo, verificaremos que são inúmeras as novas formas de cidadania que vão surgindo como respostas ao descontentamento da sociedade ante as atitudes e os comportamentos do Estado, dos grupos econômicos e políticos, do mercado e em relação aos organismos internacionais, bem como para encontrar alternativas e soluções para desenvolver ações construtivas e parcerias entre o poder políticos e a iniciativa privada.

É exatamente nesse contexto que a Comunicação passa a ter papel fundamental, na medida em que será o agente portador de muitas vozes e propostas de ações. Assim, percebe-se que os meios de comunicação direta, especialmente a mídia alternativa, passam a se articular em função de estratégias e táticas visando à consecução de objetivos específicos destinados à valorização dos princípios da democracia, bem como da diversidade, do pluralismo e da justiça social, no intuito de reinventar a cidadania para enfrentar as investidas dos aspectos autoritários do processo de globalização ora em curso.

Um desses aspectos, talvez a característica fundamental da globalização em curso, como já observado no capítulo anterior, diz respeito à ditadura do mercado, no qual fica evidente a redução do papel do cidadão à mera condição de consumidor. Na tentativa de entender as alterações por que passaram as possibilidades e as formas de exercício da cidadania, através do fenômeno da globalização, entende-se que a demonstração da "maneira de consumir" é um dado fundamental para a compreensão de tais transformações, pois, segundo Garcia Canclini, "a participação social é organizada mais através do consumo do que mediante o exercício da cidadania" (1995, p.14).

O mesmo autor salienta que

O consumo é o lugar onde os conflitos entre classes, originados pela desigual participação na estrutura produtiva, ganham continuidade através da distribuição e apropriação de bens. Consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo (Apud CANCLINI, 1995, p.78).

Isto posto, entende-se que não se pode negligenciar a responsabilidade de proceder à análise dos aspectos econômicos, políticos e sociais que determinam o modo de produção e as condições materiais da existência de um determinado momento histórico o que alguma maneira já foi realizado nos capítulos anteriores. Se, por um lado, tais aspectos asseguram determinados padrões de relação entre os indivíduos, por outro, serão os elementos desencadeadores de conflitos e disputas que colocarão em cheque a direção moral e intelectual dos estados e, portanto, a direção ideológica dos mesmos na qual a sociedade civil é obrigada a conviver aceitando, ou não, tais bases e princípios sustentadores do poder instituído.

Mas, quando se pensa nas possibilidades oferecidas pela Internet, tal como evidenciadas nas páginas anteriores, não se pode esquecer, mesmo com todos os avanços e possibilidades de acesso, que boa parte da população fica ainda fora das possibilidades de ingresso no mundo da *Web*. Resulta, em função dessa situação, a origem de alguns termos bastante elucidativos que expressam essa ocorrência: os incluídos e os excluídos. O problema dos incluídos *versus* os excluídos, no âmbito do uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação, passa, prioritariamente, por questões socioeconômicas e pelas discrepâncias

tecnológicas entre territórios descontínuos, como já demonstrado por Castells (1999). *Apartheid* digital ou infoexclusão são termos que têm sido usados freqüentemente para designar o fosso tecnológico entre países e pessoas ricas e países e pessoas pobres. Entretanto, se há uma relação direta entre info-inclusão e inclusão social, percebe-se que a recíproca não é verdadeira:

Pode-se ter condições financeiras suficientes e ser infoexcluído (como parece ser o caso de 23% dos norte-americanos que não usam a Internet, alegando “falta de necessidade”; ou, em alguma medida, da auto-exclusão voluntária (...). Mas, via de regra, não se consegue ser pobre e infoincluído, uma vez que a segunda idéia presente no conceito deixa implícita a existência de um âmbito (espacial ou temporal: mundo “digital”, sociedade “da informação”, universo “infotecnológico”, era da “ciberespacialização”, época “numérica” etc.) considerado como totalidade, em relação ao qual ou se está dentro ou se está fora – e só fica dentro quem cumpre os rígidos pré-requisitos estabelecidos pela lógica de funcionamento da cibercultura (BECKER, 2002, p.3)<sup>49</sup>.

Do ponto de vista daqueles indivíduos que estão na base da pirâmide socioeconômica, info-inclusão é um conceito cuja possibilidade de viabilização de recursos ou de meios demanda, de acordo com Becker (2002, p.3-5): 1) infra-estrutura e equipamentos (microcomputador, *softwares*, multimídia, *scanner*, impressora, linha telefônica ou outro tipo de conexão – cabo, ondas de rádio), placa de rede ou de *fax-modem* e serviços de um provedor de acesso, mais as condições financeiras para as constantes atualizações que propiciem compatibilidade com a velocidade tecnológica; 2) instrumental cognitivo, que compreende tanto a própria alfabetização digital quanto a velocidade operatória necessária para participar ativamente tanto da recepção como da elaboração de conteúdo próprio para circular na rede, mais as habilidades para localizar, qualificar e tratar a informação visando transformá-la em conhecimento; 3) compreender tanto quantitativa como qualitativamente a ampliação da circulação em rede de informações, saberes e criações de grupos diversos, organizações e comunidades locais; 4) acesso público e gratuito, que disponibilize um mínimo de conteúdo necessário ao desenvolvimento do conhecimento cidadão, já que o acesso a grande número de *sites* (por exemplo, aqueles de jornais e revistas) são franqueados apenas aos assinantes da edição *online* ou aos usuários de determinados provedores de acesso, ou exclusivamente a portadores de cartões de crédito. Portanto, a info-inclusão resolve antes os problemas dos ricos que o dos pobres e parece válida a assertiva de Maria Lúcia Becker quando afirma que

(...) o exercício da cidadania, atualmente requer desde a construção da autoconsciência até a ação coletiva planejada, informada e sincronizada no espaço-tempo local, regional, nacional e global, passando obviamente pela constituição de sujeitos de enunciações/atores sociais com capacidade de resolução de problemas locais e globais, o que implica uma integração menos assimétrica dos pobres à cibercultura. (*idem* nota 6, p.13)

<sup>49</sup> In “Cidadania na era da cibercultura. considerações epistemológicas sobre a infoinclusão no Brasil”, artigo disponível em: <http://www.comunica.unisinos.br/tics/textos/2002/T2G4.PDF>

Assim, embora os termos infoinclusão e cidadania não possam ser tomados como sinônimos e, em uma análise mais acurada, a lógica da cibercultura se demonstre excludente sob vários aspectos, a história da Internet e o uso que dela vêm fazendo os movimentos sociais, as organizações não-governamentais e as entidades civis de todo o Planeta, percebe-se, pelo exame de fenômenos de comunicação específicos decorrentes do ativismo digital, que os ciberativistas têm envidado esforços para subverter tal lógica a partir da militância com foco nos mais variados tipos de desigualdades e em torno de conflitos de inúmeras naturezas.

Durante os anos de 1990, antes mesmo de a Internet tornar-se a grande teia planetária que é hoje, uma significativa parcela das Organizações Não-Governamentais (ONGs) empenhou-se em se organizar em

(...) redes preocupadas em se articular de forma a deflagrar ações locais e globais, particulares e universais, intraorganizacionais (divisões e ramificações de uma mesma entidade) e interorganizacionais (entre diferentes ONGs) (MORAES:2001, p.68-73).

Moraes (*idem*) nos explica também que as razões dessa reconfiguração se deram em função das exigências de intensificação de parcerias diante da internacionalização de conflitos sociais e ambientais, priorizando-se a necessidade de ampliação de mecanismos de oposição ao neoliberalismo e seus efeitos deletérios: em função do absolutismo do mercado e do lucro, as décadas de 1980 e 1990 trouxeram o esvaziamento dos poderes públicos e o conseqüente desprestígio das instituições de representação popular - o sindicalismo, em especial. Constatase também, nesse período, o crescimento das taxas de desemprego e o empobrecimento de significativas parcelas da população, principalmente nos países em desenvolvimento, bem como a competição desenfreada, premissa maior da economia de mercado.

Em reação às imposições da globalização neoliberal, as muitas vozes que se somam no ciberespaço representam grupos identificados cujo objetivo geral visa à proposição e consolidação de novos modelos de democracia participativa e de desenvolvimento econômico comunitário, entendidos como antídotos para os efeitos perversos da globalização capitalista. Potencializando as possibilidades de intercâmbios entre produtores, emissores e receptores, a Internet contribui para dinamizar as lutas em favor da justiça social num mundo que globaliza desigualdades de toda ordem.

Desestruturando a clássica hierarquia comunicacional, na qual os meios ocupam o topo da pirâmide, enquanto os destinatários das mensagens que os primeiros produzem são represados em sua base, o ciberespaço possibilita que seus usuários se assumam como atores comunicantes que pensam, analisam, combinam e produzem em função de preocupações e interesses comuns. Nessa nova ecologia comunicacional, cuja substância é composta por um imenso hipertexto e que se comporta auto-organizando-se e retroalimentando-se, continuamente, a partir de interconexões generalizadas, esse organismo vivo, como sugere

Moraes (2001)<sup>50</sup>, “põe a memória de tudo dentro da memória de todos”. Diante de tal cenário, a atual relação dos movimentos sociais com os meios de comunicação configura-se em fenômeno inédito, na medida em que possibilita a horizontalidade da comunicação, inaugurando um modelo de militância descentralizada, porém interligada pela Internet, colocando em xeque a estrutura piramidal da grande mídia e favorecendo o surgimento e a visibilidade de novos campos de expressão contra-hegemônicos.

Em meio a essa profusão de possibilidades interativas, a cibernitância se mobiliza deflagrando campanhas, distribuindo manifestos e informações em tempo real, realizando oficinas de cidadania, cursos à distância para formação de ativistas e desempenhando o papel de centrais de denúncias de violações dos Direitos Humanos. Os recursos dos quais os ciberativistas dispõem são o correio eletrônico, os grupos de discussão, as bases de dados compartilhados, os fóruns para a discussão de políticas públicas e parcerias em eventos, o compartilhamento de vídeos e de arquivos em áudio e texto.

Segundo Moraes (2001)<sup>51</sup>, as experiências conduzidas pelos ciberativistas

(...) buscam compatibilizar programas e objetivam o fortalecimento dos laços comunitários – na contramão, portanto, do ideário neoliberal, que menospreza a organização social e desqualifica a política como ação pública transformadora.

Dessa forma, o *modus operandi* dos ciberativistas confere flexibilidade às mobilizações sociais e possibilita, ao mesmo tempo, a coordenação das lutas nos níveis locais e globais, condição essencial para a globalização das resistências à ordem dominante.

Moraes (*idem*, nota 7) esclarece que as possibilidades da Internet, enquanto ferramenta para o ativismo digital passaram a ser percebidas a partir de junho de 1999, quando a Associação pela Taxação das Transações financeiras para a Ajuda das Cidades e Cidadãos (ATTAC), um movimento internacional pelo controle democrático dos mercados financeiros e suas instituições, fundada por Ignacio Ramonet, diretor do *Le Monde Diplomatique* (também fundador da organização *Media Watch Global*) promoveu, em Paris, um encontro internacional cujo objetivo era o debate acerca de alternativas de atuação para os movimentos sociais em escala mundial. O documento final resultante dos debates decorrentes desse encontro enfatizava a necessidade de promover o amplo conhecimento das lutas e ações em curso, quer nacionais quanto internacionais, relacionadas à resistência à ditadura dos mercados, em especial através de redes que estreitassem o contato entre as organizações de diversos países. O referido documento acrescentava:

Desde já, é preciso desenvolver redes em escala internacional, para facilitar as trocas e fazer circular as informações sobre as lutas e as ações dos distintos movimentos. A

---

<sup>50</sup> Em artigo intitulado “*Comunicação alternativa e redes virtuais: os movimentos sociais na Internet*”, disponível em: <http://www.eco.ufrj.br/semiosfera/anteriores/semiosfera03/perfil/mat1/txtmat1.htm>

<sup>51</sup> Em texto intitulado “*O ativismo digital*”, disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.htm>

Internet é o meio mais econômico e mais eficaz. A lista de discussões via Internet denominada "transattac" deve reassumir seu papel de local de trocas do movimento internacional. Listas específicas e pontuais serão montadas para compartilhar as informações sobre as diferentes ações adotadas.<sup>52</sup>

Dessa ocasião em diante, percebe-se que as ONGs convenceram-se de que, com a economia globalizada e em função da instantaneidade de fluxos eletrônicos, os agentes sociais deveriam interconectar-se, pois problemas, conflitos, negociações e encaminhamentos adquirem proporções imprevistas, inclusive planetárias, o que requer respostas nas mesmas dimensões. Assim, a partir do segundo semestre de 2000, a incursão das ONGs na Web acentuou-se. As mobilizações virtuais influenciaram os protestos antiglobalização que aconteceram em Seattle, Nice, Praga, Quebec, Barcelona, Gotemburgo, Washington, Davos e Gênova, por ocasião das reuniões de cúpula do G8 (os sete países mais ricos do mundo, mais a Rússia) e do Fundo Monetário Internacional (FMI), reuniões essas denominadas de "Rodada do Milênio", promovida pela Organização Mundial do Comércio (OMC).

As estratégias e táticas adotadas pelos ciberativistas privilegiam a ação direta, com efeitos imediatos, já que a *web* cria condições para uma conexão sem intermediários entre o emissor e a audiência. Foi o que se verificou durante a cobertura da reunião anual do Fundo Monetário Internacional e do Banco Mundial, de 26 a 28 de setembro de 2000, na República Tcheca, quando agências de notícias vinculadas a ONGs que promovem os Direitos Humanos, como a Indymedia ([www.indymedia.org](http://www.indymedia.org)) e a Direct Action Media Network ([www.tao.ca/earth/damn](http://www.tao.ca/earth/damn)), montaram um verdadeiro quartel general em Praga. Munidos de *notebooks* acoplados a *modems*, os ativistas enviavam a inúmeras instituições e veículos independentes relatos do que se passava dentro e fora do encontro, com ênfase nos protestos contra o FMI (MORAES, *idem* nota 8).

Essa mesma estratégia de difusão virtual foi utilizada em Gênova, em 2001. Nessa ocasião, a *web* desempenhou papel fundamental na convocação de centenas de entidades civis européias, unidas em protesto contra a reunião dos líderes do G8. Agências de notícias independentes denunciaram o barbarismo patrocinado pelo aparato policial do governo de Silvio Berlusconi, com fotos e vídeos que se espalharam pelo mundo em instantes e quem acompanhava o desenrolar dos acontecimentos por meio da *web* e pela TV, pode constatar que os ativistas divulgaram os fatos em primeira mão, com larga vantagem em relação à cobertura televisiva.

Apoiados em processos interativos mediados pelas Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, cujo escopo reduz a dependência dos meios tradicionais, o modelo de expressão adotado pelos ciberativistas desafia a mídia oficial e sua crônica desconfiança nos

---

52 Documento disponível em: [www.geocities.com/CapitolHill/Congress/7782/textos/docparis.rtf](http://www.geocities.com/CapitolHill/Congress/7782/textos/docparis.rtf)

movimentos ativistas. Alicerçando campanhas e aspirações à distância, a rede propicia, graças à plataforma digital, os chamados à mobilização social. No ritmo da globalização de muitas causas (preservação do meio-ambiente, Direitos Humanos, combate à fome e desigualdades de toda ordem, luta por um sistema de comunicação pluralista etc.), o ciberativismo, congregando as entidades civis, faz uso da Internet enquanto canal público de comunicação, livre da rígida regulamentação e dos controles externos e internos dos outros meios para disseminar informações e análises que contribuam para o fortalecimento da cidadania, questionando as hegemonias constituídas.

Por meio da rede, as intervenções dos movimentos sociais ganham agilidade e visibilidade, além do que, a constituição de comunidades virtuais em seu entorno reforçam a sociabilidade política e “*a prática de uma ética assentada em princípios de diálogo, de cooperação e de participação*” (MORAES: 2002)<sup>53</sup>.

Para compreender a articulação das ferramentas virtuais que compõe o arsenal comunicacional utilizado pelos ciberativistas, o próximo capítulo examinará a web site que congrega a *Boycott Bush Network*, a partir da metodologia de estudo de caso, considerando que tal metodologia se adéqua à formulação das muitas indagações suscitada pelos boicotes enquanto forma de ativismo, ao mesmo tempo em que possibilita o compartilhamento dos conhecimentos obtidos durante a investigação desse objeto.



**Figura 1:** Manifestação da União Nacional dos Estudantes (UNE) na Avenida Paulista, em São Paulo, quando da visita de George Bush ao Brasil em 2005

**Fonte:** <http://www.vermelho.org.br/base.asp?texto=13568> (acesso em 22/06/2007)

<sup>53</sup> In “*Comunicação alternativa e redes virtuais*”. Semiosfera, Rio de Janeiro. v.3, 2002 também disponível em: <http://www.eco.ufrj.br/semiosfera/anteriores/semiosfera03/perfil/mat1/txtmat1.htm>

## CAPÍTULO IV

### CIBERATIVISMO E PRÁTICAS CONTRA-HEGEMÔNICAS

*“A ação sempre será mais controversa que a inação”*

Samuel Adams

Nos capítulos anteriores, construiu-se um cenário destinado a identificar os componentes formadores e legitimadores de um grupo que faz valer seus pontos de vista usando de instrumentos e idéias para a consecução de seus interesses. Resta agora verificar como tal empreitada é questionada por um dos muitos movimentos que usam as novas tecnologias para expressar convicções contrárias aos setores predominantes. Assim, três partes compõem este capítulo. Na primeira, será desenvolvida uma explanação do boicote como instrumento eficaz de contestação na sociedade. Nem sempre as ações violentas causaram transformações sociais. Dessa maneira, reitera-se aqui a concordância com essa forma de ação na sociedade. Na segunda, apresenta-se o quadro no qual se insere o movimento Boycott Busch, assim como se coloca algumas das informações oferecidas para justificar seu posicionamento contrário à expansão e intervenção da política externa norte-americana. Finalmente, na última parte, de maneira bastante concisa, algumas considerações serão tecidas, destinadas a interpretar a validade da teoria de Gramsci dentro do objeto de estudo selecionado.

#### **4.1 O boicote como expressão da sociedade civil**

Segundo o *Dictionary of World History*, originalmente publicado pela Oxford University Press (2000), o termo “boycott” originou-se na Irlanda em 1880, quando o militar inglês Charles Cunningham Boycott (1832-1897), a serviço do latifundiário britânico, o nobre Lord Earne, foi “boicotado” por fazendeiros irlandeses famintos, arrendatários das terras em posse de Boycott, por recusar-se a reduzir o preço do aluguel das mesmas, onde moravam e trabalhavam. Aconselhados pelo líder nacionalista irlandês Charles Stewart Parnell (1846-1891), os arrendatários das terras fiscalizadas por Boycott desencadearam um processo de não-comunicação com Boycott, recusando-se a prestar a ele e sua família qualquer tipo de assistência. Dessa forma, essa comunidade condenou seu senhorio ao ostracismo e o procedimento que integrou parte de uma campanha pelos direitos dos trabalhadores irlandeses deu à língua inglesa o verbo “boycott”, significando, em um primeiro momento, “colocar em ostracismo”. A palavra inglesa deu origem, em português, à palavra boicote.

Ainda segundo o *Dictionary of World History* (2000), a campanha contra Boycott se tornou uma *cause célèbre* na imprensa britânica. Durante seus desdobramentos, os jornais britânicos enviaram correspondentes ao oeste da Irlanda para sublinhar o que eles viam como a vitimização de um agente do governo britânico, pelos camponeses irlandeses. Cinquenta *Orangemen*<sup>54</sup> do Condado de Cavan viajaram para a propriedade de Lord Earne para salvar a colheita, enquanto que um regimento de militares e mais de 1000 homens da *Royal Irish Constabulary* foram mobilizados para proteger os trabalhadores rurais assentados nessas terras. O episódio inteiro teve o custo estimado, para o governo britânico, de cerca de 10.000 libras esterlinas enquanto que o valor da colheita de batatas não ultrapassou as 350 libras esterlinas, de acordo com as estimativas do próprio Capitão Boicote.

Desde então, o boicote tornou-se um método padrão da desobediência civil e política não-violenta e a história que deu origem a essa prática foi retratada no filme *Captain Boycott* (1947), com direção de Frank Launder.

Desde a sua origem, os boicotes marcaram manifestações de importância histórica e, portanto, merecem ser lembradas, para dimensionar o alcance que pode atingir um movimento dessa natureza. O político indiano Mahatma Gandhi (1869-1948) liderou o movimento de libertação que resistiu ao maior império daquela época, o do Reino Unido. Em sua militância contra as desigualdades sociais e pelo fim do Império Britânico em seu país, Gandhi preconizou a luta não violenta, a desobediência civil e a política do *swadeshi* - o boicote a todos os produtos importados, especialmente os produzidos na Inglaterra. Em 1930, Gandhi liderou também a Marcha do Sal, levando milhares de pessoas ao mar a fim de coletarem seu próprio sal, boicotando os impostos que incidiam no preço final do produto.<sup>55</sup> O resultado dessas ações acabou minando e colocando em xeque a supremacia dos colonizadores ingleses, tornando irreversível o processo da independência indiana.

---

<sup>54</sup> Segundo *The Columbia Encyclopedia*, (2008, 6ª.ed. disponível em <http://www.encyclopedia.com/doc/1E1-Orangeme.html>) a Instituição dos Homens de Orange, geralmente conhecida como a Ordem dos Orange, é um organização fraternal protestante fundada na Irlanda do Norte e na Escócia, com “lojas” ao longo da *Commonwealth* e dos Estados Unidos. Foi fundada em Loughgall, município de Armagh, Irlanda em 1795; seu nome é um tributo ao rei protestante holandês, nascido na Inglaterra, William III da Inglaterra (William II da Escócia), da Casa de Orange-Nassau, significando, literalmente, “Homens de Orange”.

<sup>55</sup> Cf. informações colhidas em <http://www.gandhifoundation.org/history.html>



**Figura 2:** 12 de março de 1930. Gandhi lidera a Marcha do Sal, também conhecida como Satyagraha do Sal.

**Fonte:** <http://byfiles.storage.live.com/>

As ações de boicote ganharam aclamação popular como ferramenta de protesto não-violento com o boicote aos ônibus em Montgomery, Alabama, EUA, organizado pelo Dr. Martin Luther King Jr. em meados dos anos 1950, momento decisivo do movimento pelos direitos civis da comunidade negra dos EUA. O episódio em questão teve início quando a cidadã afro-americana Rosa Parks foi detida por se recusar a ceder seu assento no ônibus para uma pessoa branca, impulsionando de forma inédita o movimento pelos direitos civis locais mediante o desafio às leis segregacionistas. A grande repercussão do movimento levou o Supremo Tribunal norte-americano a proibir a segregação racial nos transportes públicos em 1956. O boicote tornou-se um dos meios de protesto utilizados por organizações pacifistas e que pregam o ativismo não-violento, desde então<sup>56</sup>.

---

<sup>56</sup> Fonte: “The Montgomery Bus Boycott”, *in* African American Odyssey, disponível em <http://lcweb2.loc.gov/ammem/aahtml/exhibit/aopart9.html>



**Figura 3:** Rosa Parks no momento de sua detenção em 22 de fevereiro de 1956, pois liderava cerca de 100 pessoas acusadas de violar as leis de segregação racial do Estado do Alabama, EUA.

**Fonte:** AP Photo/Gene Herrick.

Disponível em <http://www.montgomeryboycott.com>

A partir dos anos 1990, os boicotes tornaram-se cada vez mais populares, recebendo uma crescente atenção por parte da grande mídia. Uma das vitórias mais significativas dos boicotes resultou na abolição do *apartheid* na África do Sul. As campanhas de boicote aos produtos da Shell, Kellogg`s e Coca-Cola, entre outras, haviam sido lançadas, mundialmente, para protestar contra as políticas racistas do governo sul-africano. As companhias afetadas pelo boicote receberam manifestações de acionários solicitando o não investimento no país, catalisando as circunstâncias para a abolição do *apartheid* em 1994. Óbviamente, não se pretende comparar as situações, mas novamente, é possível observar a dimensão social e política desse movimento da sociedade civil, o que de alguma maneira, remete à independência indiana. Colocar em evidência uma situação tão injusta quanto aquela sofrida pelos indianos originou transformações significativas para a população negra, tão discriminada pela elite branca.



**Figura 4:** A política do *apartheid* nos EUA., representada em foto de Margaret Bourke-White (1904-1971). A foto é de cerca de 1940.

Fonte: [http://masters-of-photography.com/images/full/bourke-white/b-w\\_living.jpgg](http://masters-of-photography.com/images/full/bourke-white/b-w_living.jpgg)

Outra campanha pró-boicote, recente e significativa, foi lançada em 1995 pelo International Peace Bureau, em oposição aos testes nucleares franceses na Polinésia Francesa. Em especial, a indústria vinícola francesa foi duramente atingida por essa campanha, por causa de sua popularidade internacional. De acordo com Bruce Hall, coordenador do Comprehensive Test Ban Clearinghouse, o boicote combinado aos protestos, teve um impacto real: o número de testes foi reduzido em 25%. Adicionalmente, o presidente francês Jacques Chirac comprometeu-se a assinar o TIPT (Tratado Inclusivo de Proibição de Testes). Finalmente, em 1998, a França ratificou o TIPT.

Algumas campanhas pró-boicotes são significativas pela sua duração. A mais longa durou 12 anos, lançada pelo Irish National Caucus contra a Ford Motors. Essa campanha terminou em 1998, quando a companhia concordou em implementar os princípios de McBride. Estes princípios impediram que empresas dos EUA subsidiassem a discriminação anticatólica na Irlanda do Norte. O mesmo país no qual os boicotes tiveram sua origem continuam a se valer dessa prática para aprimorar direitos e estabelecer uma relação dialógica entre distintas instâncias da sociedade.

Enquanto formas não-violentas de protesto, os boicotes agregam a essa característica outros pontos positivos relevantes: quando bem organizados, são bem sucedidos na maior parte das vezes e podem ter grande impacto nas atitudes e práticas das companhias além de,

conseqüentemente, influenciarem as políticas de governo. Segundo a Revista Insight, (26/10/87, p.44), pesquisas feitas nos EUA demonstram que líderes em negócios consideram os boicotes mais eficazes do que outras técnicas utilizadas pelo consumidor, tais como ações legais de classe, campanhas de cartas à empresa, ou lobby político. Os boicotes ameaçam diretamente as vendas e, portanto, os líderes das empresas os levam a sério, mesmo quando apenas uma pequena parcela dos clientes é influenciada. De acordo com John Monogoven (na mesma publicação acima referendada), vice-presidente senior da Pagan International Inc., empresa de relações públicas norte-americana, o sucesso da ação de boicote significa mais do que apenas uma queda nas vendas. Muito raramente o impacto é sentido nas caixas registradoras. Na verdade, eles têm problemas com a moral dos empregados – empregados não gostam de trabalhar para uma empresa que está sendo criticada e questionada, além do que, atingem diretamente a imagem das marcas boicotadas, esse sim, considerado um estrago relevante para qualquer indústria ou instituição do sistema produtivo. Na tentativa de recuperar sua credibilidade e imagem perante a sociedade, executivos e profissionais de alto nível desperdiçam boa parte de seu tempo tentando contornar os efeitos de tal prática, quando na verdade poderiam estar desempenhando outras funções estratégicas. Pela mesma razão, as empresas têm problemas em recrutar os melhores estudantes de faculdades e universidades que não desejam ver seus nomes associados a empresas envolvidas em processos rechaçados pela população ou colocados em evidência pelas denúncias que partem da sociedade civil.

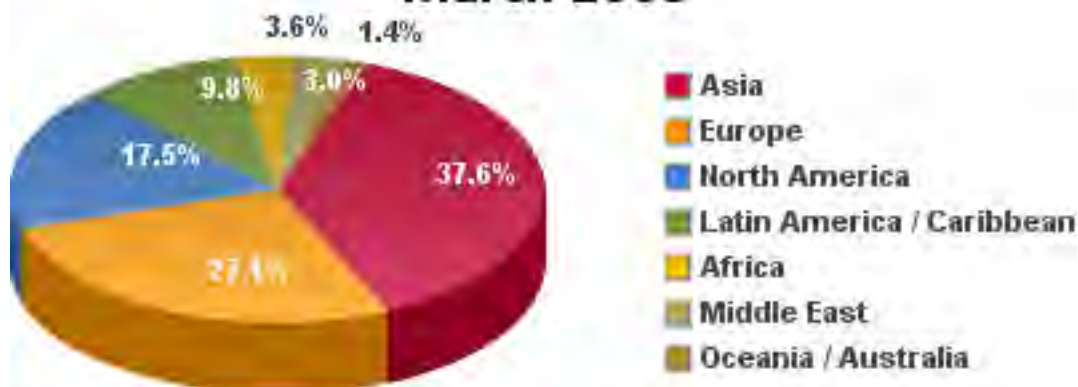
Desde os anos 90 do século XX, as campanhas pró-boicotes estão ficando mais organizadas e têm recebido mais atenção da mídia. Se a grande mídia, por motivos óbvios, não lhes dá o espaço devido, as mídias alternativas têm se empenhado não só em divulgar tais campanhas, mas atuam ativamente, também, em todo o processo de mobilização, organização, difusão e até mesmo, de aferição dos resultados obtidos. Como conseqüência, as campanhas pró-boicotes tendem a se tornar cada vez mais eficazes em um período de tempo menor do que os boicotes antecedentes. Hoje, por meio da Internet, um boicote feito por consumidores pode receber o apoio de milhões de pessoas. Se a causa for mundial, a repercussão dos apelos pró-boicotes podem atingir níveis não imaginados até bem pouco tempo atrás.

Conforme dados fornecidos pelo *Internet World Stats*, 1.407.724.920 de pessoas já estavam *on line* em junho de 2008<sup>57</sup> e o gráfico da página seguinte revela a porcentagem da distribuição dos internautas em função das regiões do globo.

---

<sup>57</sup> Conforme publicado em <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

## World Internet Users March 2008



Source: [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm)  
Copyright © 2008, Miniwatts Marketing Group

**Figura 5:** Mapa da distribuição mundial dos usuários de Internet. A fonte encontra-se abaixo do próprio gráfico.

Considerando que as novas tecnologias da informação têm popularizado os boicotes, e que estes são instrumentos legítimos de exercício da cidadania, entende-se que a investigação de suas causas, de seu *modus operandi* e seus efeitos deve ser realizada de maneira detalhada e precisa, oferecendo subsídios para a difusão de mecanismos que privilegiem o consumo ético e o aprimoramento das relações entre os produtores de bens e seus consumidores, as instituições governamentais e a população.

Ainda, na tentativa de resgatar tais práticas e lançando o olhar para o Brasil, podemos constatar como essa forma de exercitar os direitos civis também marcou nossa trajetória. Dando um salto no tempo, no Brasil, em 1979, donas-de-casa se uniram para boicotar o consumo de carne, devido aos altos e abusivos preços do produto. O movimento conseguiu uma queda de 20% no preço do produto, segundo o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC).

Em outubro de 2003, em mais um ataque aos bancos por causa da cobrança de altos juros, surpreendentemente, o próprio vice-presidente da República do Brasil, José Alencar, sugeriu que toda a sociedade boicotasse as instituições financeiras, não tomando empréstimos ou contratando financiamentos, até que as taxas de juros caíssem. Recentemente, o IDEC propôs um boicote às empresas de telefonia, o “Caladão”, para pressionar a Presidência da República a rever, junto com as empresas mencionadas, os reajustes abusivos das tarifas. O instituto propõe o boicote ao uso dos telefones fixos às quintas-feiras entre 12h e 13h, tanto para fazer como para receber chamadas, disponibilizando, no site do Instituto, um selo para ser afixado nos telefones, cuja função é lembrar aos usuários a adesão ao boicote. Outra ação de boicote, ora em curso no Brasil, foi deflagrada pela classe médica, contra as operadoras

dos planos de saúde. Segundo entidades médicas, há cerca de dez anos os médicos não recebem quaisquer reajustes das empresas de planos de saúde, que, por sua vez, seguem impingindo pesados aumentos para os pacientes. Só nos últimos sete anos, os planos subiram 248%, isso sem contar a recente majoração de 11,75% autorizada pela Agência Nacional de Saúde. O Índice do Custo de Vida (ICV), no mesmo período, foi de 72,63%, segundo o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos (DIEESE).

Enfatizando o contexto brasileiro, a partir do surgimento da Internet, os conceitos de info-inclusão e cidadania, certamente, não podem ser tomados como sinônimos, embora se reconheça que a info-inclusão se constitui direito de cidadania na fase atual da sociedade tecnológica. Segundo Eugênio Trivinho (2000, p.222), a info-inclusão é “(...) um novo direito em uma nova época como direito a essa época”.

Segundo informações colhidas em <http://www.idbrasil.gov.br/>, no Brasil, a inclusão digital caminha a passos largos, favorecendo a mobilização popular e, a partir da edição pelo governo federal do Decreto n.º 4.769, de 27 de junho de 2003, aprovou-se o Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU). Esse plano obriga as concessionárias de serviços de telecomunicações a alinharem-se com as necessidades da sociedade, decorrentes das inovações tecnológicas, tais como: Terminais de Acesso Público (que permitirão acessar provedores de Internet a partir de terminais de uso público, os chamados "orelhões"); redução das desigualdades sociais, por meio da implantação das Unidades de Atendimento de Cooperativas (que levarão progressivamente serviços de telefonia e Internet para as comunidades rurais); Defesa do Consumidor e Geração de Empregos, (mediante a instalação gradativa de postos físicos de atendimento pessoal, para utilização de serviços e reclamações, distribuídos no território nacional) e ampliação dos meios de Atendimento a Portadores de Necessidades Especiais (com a adoção de telefones de uso público adaptados para esses usuários).

Além disso, foi aperfeiçoado o programa Governo Eletrônico Serviço de atendimento ao Cidadão (GESAC), objetivando a ampliação dos meios de acesso e universalização das informações pela Internet. Com este programa foram implantados 3213 unidades de comunicação, em banda larga, em parceria com o Ministério da Educação. O Ministério da Defesa está instalando 400 unidades de conexão à Internet em regiões de fronteiras. No âmbito do Programa Fome Zero, juntamente com o Ministério da Segurança Alimentar, já foram estruturados "Telecentros" em 3195 localidades abrangidas pelo Programa.<sup>58</sup>

Para o Ministério das Comunicações brasileiro, segundo se lê em

---

<sup>58</sup> Conforme dados colhidos em:

[http://www.idbrasil.gov.br/localidades/ponto\\_presenca/controlador/pontopresenca/paginas/mapa\\_pt?perfil=publico](http://www.idbrasil.gov.br/localidades/ponto_presenca/controlador/pontopresenca/paginas/mapa_pt?perfil=publico)

[http://www.idbrasil.gov.br/menu\\_interno/docs\\_telecentro/sw livre](http://www.idbrasil.gov.br/menu_interno/docs_telecentro/sw_livre)

(...) inclusão digital é sinônimo de software livre, para que seja economicamente sustentável e vinculada ao processo de autonomia tecnológica nacional, mediante a utilização de plataformas abertas e não proprietárias. Considerando que o simples fato de desenvolver softwares livres é um elemento de afirmação de nossa cidadania, de nossa inteligência coletiva, de redução da dependência tecnológica e do pagamento de royalties ao Primeiro Mundo, o Ministério das Comunicações prega que a essência do software livre reside em quatro liberdades que seus usuários devem exercer:

1. liberdade de executar o programa para qualquer propósito;
2. liberdade para estudar o programa e adaptá-lo às suas necessidades, ou seja, de ter acesso ao seu código-fonte;
3. liberdade de redistribuir suas cópias originais ou alteradas;
4. liberdade para aperfeiçoar o programa e liberá-lo para benefício da comunidade.

O Plano de Inclusão Digital e Alfabetização Tecnológica aprofunda a visão da educação, entendida como prática social transformadora da sociedade. A reflexão crítica da sociedade e da mundialização será utilizada para fomentar práticas criativas de recusa de todos os sentidos da exclusão social, inclusive de sua feição tecnológica e concentradora de conhecimento em círculos fechados do Primeiro Mundo. Por isso, “o uso do software livre é uma decisão político-educacional”.

Todo esse exercício em prol da inclusão digital supõe-se, demandará a contrapartida da formação do cidadão, de suas aptidões e condições para o exercício da democracia. E, mobilizar-se em torno de interesses comuns, é também uma forma de exercer a cidadania.

Após os ataques às torres gêmeas do World Trade Center, em 11 de setembro de 2001 em Nova York, e a subsequente ofensiva militar dos Estados Unidos da América ao Iraque, em 23 de março de 2002, a prática dos boicotes às multinacionais que apoiaram a candidatura de George W. Bush à presidência dos Estados Unidos da América se disseminou rapidamente por meio da rede mundial de computadores, contra as posturas assumidas por aquele governo, sob o pretexto de combater o terrorismo.

Nos EUA concentra-se a maioria dos comitês pró-boicotes, embora braços dos mesmos sejam encontrados em todos os continentes. Este tipo de manifestação não-violenta tem sido usada para protestar sobre questões globais ou nacionais, tais como práticas trabalhistas injustas, liberdades civis, discriminações, direitos humanos, proteção aos animais e ao meio ambiente, tendo por alvo práticas de companhias ou políticas de governo envolvidas nessas questões.

Constata-se, portanto, que a partir dos anos 1990, o processo de globalização se estende sobremaneira também pelo âmbito das relações sociais, influenciando a ação dos agentes políticos coletivos. Imbricada na dialética da globalização – que, ao mesmo tempo em que a constri também a coloca diante de novas possibilidades de ação política, a sociedade civil global influencia e é influenciada por tal processo. As bases onde o fenômeno dessa nova sociedade se assenta são construções autoconscientes que se erguem a partir de redes de conhecimento e de ações descentralizadas que transpõem as fronteiras reificadas dos Estados, desafiando-os por baixo, o que vem representar um projeto de reconstrução e re-imaginação da política mundial. Para os novos transnacionalistas, as fronteiras espaciais da sociedade

civil são distintas das fronteiras estabelecidas pelos Estados. Assim, a autonomia da sociedade global, frente às fronteiras delimitadas pelos sistemas de Estados a impele a buscar novos espaços políticos.

Após a ofensiva militar norte-americana no Iraque, grupos ativistas em todos os continentes se organizaram, por meio da Internet, em torno de um objetivo comum: boicotar os produtos norte-americanos, no intuito de pressionar o governo dos EUA a juntar-se à comunidade internacional, respeitando suas leis e submetendo-se às regras da Organização das Nações Unidas (ONU), violadas pela forma como a invasão se deu.

O movimento partiu da organização não-governamental belga *For Mother Earth* ([www.motherearth.org](http://www.motherearth.org)), que por sua vez é ligada à *Friends of the Earth International* ([www.foei.org](http://www.foei.org)), rede de ativistas, presente em mais de 150 países. No Brasil, o movimento *Friends of the Earth International* assume o nome de Núcleo Amigos da Terra - Brasil (NAT).<sup>59</sup>

Os militantes do movimento *Boycott Bush*, alocados na URL [www.boycottbush.org](http://www.boycottbush.org), argumentam que algumas das multinacionais norte-americanas mais conhecidas em todo o planeta, têm uma ligação financeira clara com a administração Bush: todas elas, segundo uma entidade da sociedade civil denominada *The Center for the Responsive Politics*, doaram vultuosas somas para as campanhas que conduziram George W. Bush à Casa Branca, tanto no pleito de 2000 quanto no de 2004.

*The Center for the Responsive Politics* se define como:

(...) um grupo de pesquisa apolítico e sem fins lucrativos, com base em Washington, D.C., que rastreia o dinheiro utilizado na política e seus efeitos nas eleições e nas políticas públicas. O Centro administra pesquisas informatizadas relacionadas a assuntos de finanças de campanha, fornecendo tais dados para a mídia, para acadêmicos, ativistas e o público em geral. O objetivo principal da entidade é o de criar um eleitor mais educado, um cidadão coletivamente envolvido e um governo mais responsável.<sup>60</sup>

Em função das evidências do envolvimento financeiro dessas multinacionais com a administração do atual presidente dos EUA, os ativistas do Boycott Bush deflagraram sua campanha de boicote aos produtos norte-americanos, argumentando que o Partido Republicano tem interesses econômicos no Iraque, particularmente no petróleo e denunciam o envolvimento da ExxonMobil/Esso, da General Motors e da American Airlines na invasão daquele país.

Assim, os ativistas do movimento em questão exigem que os EUA: a) permita que a

<sup>59</sup> Fonte: [www.motherearth.org](http://www.motherearth.org)



<sup>60</sup> Traduzido de: "*The Center for Responsive Politics is a non-partisan, non-profit research group based in Washington, D.C. that tracks money in politics, and its effect on elections and public policy. The Center conducts computer-based research on campaign finance issues for the news media, academics, activists, and the public at large. The Center's work is aimed at creating a more educated voter, an involved citizenry, and a more responsive government*"; de acordo com a apresentação da instituição, disponível em <http://www.opensecrets.org/about/index.asp> (Tradução da autora).

Organização das Nações Unidas (ONU) tome conta da administração civil no Iraque o mais cedo possível e acabe com os ataques preventivos em outros estados; b) procure ativamente uma solução para a Palestina e Israel, convencendo Israel a cessar fogo no Líbano; c) reconheça a competência do **Tribunal Criminal Internacional** para julgar criminosos de guerra e cancele todos os acordos bilaterais que comprometam tal competência; d) adote o **protocolo de Kyoto** para controlar o aquecimento global; e) pare de forçar o uso de comida e agricultura geneticamente modificada no mundo; f) acabe com o uso de duplos padrões no que diz respeito às armas de destruição em massa (como por exemplo, as de Israel e as do próprio estoque norte-americano); g) abandone o *National Missile Defense* ; h) ratifique o **Vasto Tratado Contra Testes Nucleares**, respeite o **Tratado da Não-Proliferação Nuclear** e esforçando-se para firmar um tratado de completo desarmamento nuclear; i) ratifique o **Protocolo da Convenção de Armas Biológicas**, fortaleça a **Convenção de Armas Químicas** e ratifique também o **Tratado de Minas Terrestres**.

Para tanto, conclamam a população ao boicote dos produtos das seis multinacionais que mais contribuíram para a candidatura do republicano George W. Bush nos pleitos de 2000 e 2004, em função das claras ligações financeiras dessas empresas, segundo os dados fornecidos pela Comissão de Eleição Federal dos Estados Unidos da América e divulgadas pelo The Center for Responsive Politics, uma organização apartidária e sem fins lucrativos com base em Washington, D.C. que procede ao rastreio dos recursos financeiros destinados à política, bem como a análise dos efeitos desses investimentos nos resultados das eleições e das políticas públicas. A instituição, conforme a apresentação da mesma em sua web site conduz pesquisas automatizadas relativas aos usos de recursos de campanha, disponibilizando os resultados para a mídia, para pesquisadores acadêmicos, ativistas e para o público em geral, com o intuito de criar um cidadão coletivamente envolvido e, conseqüentemente, um governo mais responsável. O apoio ao Center for Responsive Politics é proveniente de contribuições institucionais e individuais, sendo que a entidade não aceita doações de empresas privadas nem de sindicatos trabalhistas.



Reproduz-se nas próximas páginas os dados fornecidos pelo [www.opensecrets.org](http://www.opensecrets.org), relativos às doações em dólares americanos, realizadas pelas seis empresas norte-americanas (denominadas pelos ativistas “*the top 6*”), alvos principais da corrente ação de boicote, bem como a soma de suas contribuições, tanto para os republicanos quanto para os democratas, conforme dados atualizados em 11 de junho de 2006.

**TOP 1: Altria Group (Philip Morris, Kraft Foods)**

<b>Election Cycle</b>	<b>Total Contributions</b>	<b>Dems</b> 	<b>Repubs</b> 	<b>% to Dems</b>	<b>% to Repubs</b>
<b>2006</b>	<b>\$797,753</b>	<b>\$280,053</b>	<b>\$517,700</b>	<b>35%</b>	<b>65%</b>
<b>2004</b>	<b>\$1,232,907</b>	<b>\$449,420</b>	<b>\$782,237</b>	<b>37%</b>	<b>63%</b>
<b>2002</b>	<b>\$4,062,175</b>	<b>\$935,905</b>	<b>\$3,126,270</b>	<b>23%</b>	<b>77%</b>
<b>2000</b>	<b>\$3,880,651</b>	<b>\$722,197</b>	<b>\$3,157,754</b>	<b>19%</b>	<b>81%</b>
<b>2000 – 2006</b>	<b>\$9,973,486</b>	<b>\$2,387,575</b>	<b>\$7,583,961</b>	<b>24%</b>	<b>76%</b>



Source: Center for Responsive Politics (July 11, 2006)

**TOP 2: ExxonMobil (Esso)**

<b>Election Cycle</b>	<b>Total Contributions</b>	<b>Dems</b> 	<b>Repubs</b> 	<b>% to Dems</b>	<b>% to Repubs</b>
<b>2006</b>	<b>\$406,557</b>	<b>\$51,307</b>	<b>\$355,050</b>	<b>13%</b>	<b>87%</b>
<b>2004</b>	<b>\$925,166</b>	<b>\$102,582</b>	<b>\$820,134</b>	<b>11%</b>	<b>89%</b>
<b>2002</b>	<b>\$1,180,246</b>	<b>\$108,950</b>	<b>\$1,070,846</b>	<b>9%</b>	<b>91%</b>
<b>2000</b>	<b>\$1,391,955</b>	<b>\$144,550</b>	<b>\$1,242,705</b>	<b>10%</b>	<b>89%</b>
<b>2000 – 2006</b>	<b>\$3,903,924</b>	<b>\$407,389</b>	<b>\$3,488,735</b>	<b>10%</b>	<b>90%</b>



Source: Center for Responsive Politics (July 11, 2006)

**TOP 3: ChevronTexaco**

Election Cycle	Total Contributions	Dems 	Repubs 	% to Dems	% to Repubs
<b>2006</b>	<b>\$242,487</b>	<b>\$52,562</b>	<b>\$189,925</b>	<b>22%</b>	<b>78%</b>
<b>2004</b>	<b>\$499,242</b>	<b>\$86,511</b>	<b>\$412,731</b>	<b>17%</b>	<b>83%</b>
<b>2002</b>	<b>\$1,307,081</b>	<b>\$328,481</b>	<b>\$978,600</b>	<b>25%</b>	<b>75%</b>
<b>2000</b>	<b>\$1,565,826</b>	<b>\$423,872</b>	<b>\$1,140,954</b>	<b>27%</b>	<b>73%</b>
<b>2000 – 2006</b>	<b>\$3,614,636</b>	<b>\$891,426</b>	<b>\$2,722,210</b>	<b>25%</b>	<b>75%</b>



Source: Center for Responsive Politics (July 11, 2006)

**TOP 4: PepsiCo Inc**

Election Cycle	Total Contributions	Dems 	Repubs 	% to Dems	% to Repubs
<b>2006</b>	<b>\$159,142</b>	<b>\$62,065.38</b>	<b>\$97,076.62</b>	<b>39%</b>	<b>61%</b>
<b>2004</b>	<b>\$439,930</b>	<b>\$131,979</b>	<b>\$307,951</b>	<b>30%</b>	<b>70%</b>
<b>2002</b>	<b>\$1,324,326</b>	<b>\$225,135.42</b>	<b>\$1,099,190.58</b>	<b>17%</b>	<b>83%</b>
<b>2000</b>	<b>\$852,255</b>	<b>\$144,883.35</b>	<b>\$707,371.65</b>	<b>17%</b>	<b>83%</b>
<b>2000 - 2006</b>	<b>\$2,775,653</b>	<b>\$564,063.15</b>	<b>\$2,211,589.85</b>	<b>20%</b>	<b>80%</b>



Source: Center for Responsive Politics: 2006 | 2004 | 2002 | 2000 (July 11, 2006)

### TOP 5: Coca-Cola Company

Election Cycle	Total Contributions	Dems 	Repubs 	% to Dems	% to Repubs
2006	\$190,670	\$70,547.9	\$120,122.1	37%	63%
2004	\$311,504	\$109,026.4	\$196,247.52	35%	63%
2002	\$849,208	\$356,667.36	\$492,540.64	42%	58%
2000	\$779,753	\$389,876.50	\$389,876.50	50%	50%
2000 – 2006	\$2,131,135	\$926,118.16	\$1,198,786.76	44%	56%

Source: [Center for Responsive Politics: 2006](#) | [2004](#) | [2002](#) | [2000](#) (July 11, 2006)

### TOP 6: McDonald's

Election Cycle	Total Contributions	Dems 	Repubs 	% to Dems	% to Repubs
2006	\$116,475	\$20,965.5	\$95,509.5	18%	82%
2004	\$358,268	\$75,236.28	\$283,031.72	21%	79%
2002	\$270,994	\$62,328.62	\$208,665.38	23%	77%
2000	\$466,787	\$98,025.27	\$368,761.73	21%	79%
2000 – 2006	\$1,212,524	\$256,555.67	\$955,968.33	21%	79%

Source: [Center for Responsive Politics: 2006](#) | [2004](#) | [2002](#) | [2000](#) (July 11, 2006)

Note-se que as empresas em questão efetuam doações tanto para o Partido Republicano, quanto para o Democrata, sendo evidente o favorecimento percentual do primeiro.

Apesar das seis empresas, alvo dos boicotes, não serem as maiores doadoras para as duas últimas campanhas eleitorais norte-americanas, figuram no topo da lista dos ativistas em função da atuação global das mesmas, razão pela qual o boicote pode ser praticado por

cidadãos em todos os continentes. Segundo essa lógica, constata-se, por exemplo, que o *McDonald's* não é um grande doador, mas hoje, essa cadeia de *fast-food* é, para muitos, a primeira companhia norte-americana que lhes vêm em mente, quando questionados sobre as multinacionais estadunidenses. É o símbolo do *imperialismo* norte-americano. E, assim como muitas embaixadas dos Estados Unidos ao redor do mundo se tornaram fortalezas militares, o *McDonald's*, para os ativistas pró-boicotes, também se tornou a mais natural embaixada daquele país.

Os segmentos de atuação das empresas-alvo dos ativistas foram assim categorizados por eles: as empresas produtoras de armas (*General Electric e Boeing*), as empresas petrolíferas (*ExxonMobile – Esso e Chevron Texaco*), as empresas símbolos do imperialismo (*Altria*, proprietária das marcas *Philip Morris e Kraft Foods*, a *Coca-Cola Company*, o *McDonald's*, a *Microsoft*, a *PepsiCo Inc.*, a *Pfizer* e a *Walt Disney*), as companhias aéreas (*American Airlines e Northwest Airlines*) e as companhias automobilísticas (*Ford, General Motors e Daimler Chrysler*)<sup>61</sup>.

Analisando-se a interface comunicacional apresentada pela *web site* dos ativistas do [www.boycottbush.org](http://www.boycottbush.org), verifica-se que o conteúdo do mesmo é apresentado em sete idiomas, a saber: inglês, holandês, francês, português, espanhol, húngaro e árabe. No âmbito desta análise, centraliza-se a observação nas páginas em português, traçando-se paralelos com as demais, quando e se necessário.

As seções que compõem a interface são: “home”, quem somos, notícias, blog, artigos, material de campanha, compras, doações, voluntários, links e contato. A seção “home” da *web site*, locada na URL principal, [www.boycottbush.org](http://www.boycottbush.org), apresenta a logomarca do movimento, composta por um círculo cujo plano de fundo contém doze outros círculos menores que exibem, por sua vez, as logomarcas das empresas e de seus produtos, alvos das ações de boicote, a saber: Marlboro (Phillip Morris), Kraft (divisão alimentícia da Phillip Morris), Gatorade (produto da Kraft), Pepsi, McDonald's, Chevron, Texaco, EssoMobil, Coca-Cola, Fanta e Sprite. Sobre esse plano de fundo, está grafada a mensagem “Boycott Bush” com fontes cuja textura remete-nos aquela utilizada pelos grafites, pinturas feitas em muros e paredes nos centros urbanos e que, muitas vezes, contém mensagens de protesto diante de realidades oprimidas. Abaixo dessa logomarca, encontram-se os links para as páginas do site, nos idiomas mencionados.

---

<sup>61</sup> Cf. discriminado em [http://www.boycottbush.org/cies\\_pt.php](http://www.boycottbush.org/cies_pt.php)



Figura 6: Página inicial do portal [www.boycottbush.org](http://www.boycottbush.org), porta de entrada para a web site ativista em sete idiomas diferentes



Figura 7: Página inicial da web site da *Boycott Bush Network* em português

Todas as páginas da seção que armazena as páginas em português contêm um cabeçalho de apresentação onde se lê REDE INTERNACIONAL DE BOICOTE A BUSH. Abaixo dos dizeres introdutórios, o slogan do movimento: “*Como consumidores, não queremos que nosso dinheiro seja usado para promover guerras por petróleo, nem para a destruição ambiental ou para a violação dos Direitos Humanos!*” Note-se que o slogan, na primeira pessoa do plural, remete ao coletivo, resumindo os pressupostos que norteiam as ações desses ativistas.

A cooperação entre ativistas de culturas e idiomas diversos fez com que um mecanismo para o cadastramento de tradutores voluntários fosse criado, dando origem a coordenadorias de tradução. O ritmo da tradução das páginas não obedece a um critério de simultaneidade, em todos os sete idiomas. Portanto, a língua inglesa é o idioma *default*. Assim, quando uma determinada notícia é incluída pelo *webmaster*, será exibida em inglês em todas as diferentes seções idiomáticas do *site*, até que seja traduzida. O coordenador de cada idioma, então, se incumbirá de distribuir cada notícia para sua equipe de tradutores. Entretanto, constata-se que por diversas vezes, os tradutores voluntários assumem a responsabilidade das traduções antes que qualquer apelo lhes seja feito, o que contribui para que esse trabalho flua de forma descentralizada. A *web site* conta também com um *blog* coletivo no qual notícias relacionadas à política internacional norte-americana e ações militantes podem ser inseridas. Exibidas por data de publicação, o internauta pode selecioná-las por tema ou, ainda, usar uma palavra-chave para localizar notícias de acordo com seus próprios critérios. Os links para as notícias, muitas vezes, conduzem o internauta não só para reportagens ou artigos, mas também para documentários, noticiários e entrevistas em formato de vídeo. Na maioria das vezes, o material em vídeo é proveniente dos *sites* de armazenamento desse tipo de mídia como o <http://www.youtube.com> ou o <http://video.google.com/>

Um diversificado elenco de peças de contrapropaganda compõe a seção de material de campanha (ANEXOS 1 e 2), disponibilizando cartazes e panfletos para impressão, *banners* e códigos HTML para inserção de mensagens em outros sites que apóiam o movimento e até mesmo um *kit* para a organização de ações de boicotes (ANEXO3), com licenças *copyleft*.

Uma seção destinada à coleta de doações também está disponível. As doações destinam-se a cobrir os custos com o escritório em Gent, Bélgica, e podem ser feitas pelo sistema *Pay-Pal*<sup>62</sup>.

---

<sup>62</sup> O *Pay Pal* ([www.paypal.com](http://www.paypal.com)) é um sistema de transferência de valores online que possibilita a realização de transações financeiras por meio de sistema próprio, pelo qual códigos de transações financeiras são gerados e enviados aos usuários. Tais códigos são então convertidos em valores que podem ser sacados em instituições financeiras. O sistema possibilita ainda que movimentações possam ser realizadas por meio de conta bancária, cartões de crédito e até mesmo via telefone celular (Nota da autora).

A *web site* dos ativistas, ora em questão, mantém ainda uma seção de vendas de produtos cujos dividendos destinam-se a prestar apoio às campanhas que levam a termo. Nessa seção, é possível adquirir produtos das mais variadas procedências, desde camisetas com o logo da *Friends os the Earth International*, ou com mensagens ativistas, *buttons*, adesivos, roupas de bebê, cartões e pequenos objetos de decoração.

Numa seção, denominada “voluntários”, faz-se o apelo para que tradutores, coordenadores de equipes de tradução e interessados em estabelecer contatos intercontinentais se juntem aos militantes do grupo, fortalecendo as equipes de trabalho. Nessa seção, estão disponíveis os contatos com os atuais coordenadores de tradução nos idiomas árabe, chinês, alemão, húngaro, português e espanhol.

A seção de *links* da *web site* exibe uma extensa lista de *sites* ativistas, inclusive de outras campanhas contra a guerra no Iraque, pesquisas sobre as conexões financeiras e de poder entre o governo Bush, pessoas físicas e corporações transnacionais envolvidas em tais conexões, além de um link para o movimento norte-americano que pede o impeachment do atual presidente dos EUA, o [www.impeachbush.org](http://www.impeachbush.org)

Pela seção de contatos do *website*, constata-se que o movimento que propõe o boicote às multinacionais que apóiam as políticas intervencionistas e radicais do presidente Bush, tem representantes em todos os cinco continentes.

A relação completa das empresas que são alvo dessa ação de boicote<sup>63</sup> inclui, para cada empresa, um dossiê de cada uma delas, contendo um breve histórico, o ramo de atividade, as quantias destinadas a apoiar as candidaturas de George Bush à Casa Branca, os envolvimento com os grupos de *lobbying* para que leis ou projetos contrários aos interesses do bem comum fossem aprovados, as denúncias de práticas abusivas nas quais a empresa esteve envolvida, o desrespeito ao meio ambiente, o uso de trabalho infantil, a negligência em relação aos direitos dos trabalhadores, dentre outros comportamentos socialmente abusivos.

Na seção destinada ao armazenamento de artigos, um deles chama a atenção. Com o sugestivo título *Is brand Amerika Broken?* o artigo foi veiculado pela *Thunderbird's Magazine* que é uma publicação da prestigiosa *Thunderbird's Executive Education* – a escola de negócios internacionais norte-americana que, segundo o *Financial Times*, é uma das melhores do mundo. O artigo, de autoria de I.J. Schecter e D.J. Burrough foi publicado em 1º de abril de 2005 mas, posteriormente, removido de sua versão online, não sem antes causar grande exaltação no mercado publicitário. Questionando se as marcas americanas estavam “quebradas”, os autores iniciam o artigo dizendo que,

“Neste momento,<sup>64</sup> parece que as coisas estão um tanto melhores para a America no

<sup>63</sup> Disponível em [http://www.boycottbush.org/cies\\_pt.php](http://www.boycottbush.org/cies_pt.php)

<sup>64</sup> Abril de 2005 – quatro anos após a invasão do Iraque (nota da autora).

cenário global. A nação amenizou as tensas relações com seus aliados - chave, demonstrado boa vontade no episódio do tsunami que atingiu o Oceano Índico e, mais dramaticamente, conseguiu créditos consideráveis no balanço em direção à liberdade e à democracia no Oriente Médio, amenizando as reclamações de todo o mundo com relação à invasão do Iraque.<sup>65</sup>

Assumindo sem quaisquer escrúpulos que a “disseminação” da democracia foi um fator secundário para a invasão do Iraque, os autores sugerem que essa motivação tornou-se uma tendência pró-democrática a somar dividendos à gestão Bush, em decorrência da boa condução das eleições no Iraque, com a estabilidade conseguida no Afeganistão e que, não fosse a “contribuição” norte-americana, países como a Síria, o Líbano e a Arábia Saudita não estariam caminhando no sentido a implementarem suas democracias, como estavam, na opinião dos autores, naquele momento. O artigo segue relatando os esforços e escolhas acertadas de George Bush na condução tanto de sua política externa quanto da interna, sublinhando a escolha de Condoleezza Rice para secretária de estado e “principal instrumento de sua *nova* diplomacia”, para, por fim, questionar o porquê, apesar de tantos “acertos”, as marcas norte-americanas permanecem envoltas por uma pátina tão desfavorável na percepção de consumidores de todas as partes do Planeta. Com relação a esse aspecto, os autores mencionam uma pesquisa de opinião realizada junto a consumidores ingleses, franceses, espanhóis e alemães, conduzida pela *Associated Press* em 2004, que demonstrou que mais de 50% dos entrevistados em todos os quatro países se mostravam avessos às marcas norte-americanas, em função da política externa conduzida por Bush. Até mesmo na Inglaterra, país aliado dos EUA, nos episódios que sucederam aos ataques de 11 de setembro de 2001 ao *World Trade Center*, os resultados dessa pesquisa repercutiram no sentido de ampliar o descontentamento geral da opinião pública internacional, ao ponto do *London Daily Mirror* estampar, sobre a notícia da vitória de Bush no pleito de 2004, um *banner* com os seguintes dizeres: “*How can 59,054,087 people be so DUMB?*”<sup>66</sup>, em clara referência ao número de votos que deram mais um mandato a George Bush.

Em função da magnitude da percepção negativa dos consumidores em relação às marcas norte-americanas, até mesmo produtos alternativos foram criados com para intensificar as ações de boicote e até mesmo questionar as posturas norte-americanas na condução de sua política externa, configurando-se em inusitados *cases* de marketing e de contrapropaganda. Um caso emblemático é o da Mecca-Cola, assim definida pela

---

<sup>65</sup> No original: “*Times seem somewhat better FOR America on the global stage these days. The nation has patched up some of the strained relationships it had with key allies, displayed humanitarian goodwill in the wake of the Indian Ocean tsunami and, most dramatically, garnered considerable credit for a swing towards freedom and democracy in the Middle East to help assuage complaints from around the world in the wake of the Iraq invasion*”. (Tradução da autora).

<sup>66</sup> “*Como é que 59.054.087 pessoas podem ser tão ESTÚPIDAS?*” (Tradução da autora).

Wikipedia<sup>67</sup>:

“Mecca-Cola é um refrigerante produzido pela Mecca Cola World Company, com objetivo de se instalar no mercado onde as marcas relacionadas aos Estados Unidos não são bem vindas, como na Palestina, comercializado como uma alternativa a marcas como Coca-Cola e Pepsi-Cola para consumidores “islamicamente corretos”. (...) Parte de sua filosofia incorporada é a de doar 10% de seus lucros para fundar projetos humanitários nos territórios palestinos, que “estão sofrendo indiferença e cumplicidade geral, estes que são os mais miseráveis e os atos mais desprazíveis de apartheid fascista sionista” e outros 10% para caridades nos países nos quais a bebida é vendida. A posição ativista da marca fica explícita no slogan “Agite sua consciência! Beba com compromisso!” presente nas embalagens dos refrigerantes, que também apresentam pedido para que as pessoas evitem misturar a bebida com álcool. Além da Mecca-Cola, a empresa também fabrica sob sua marca refrigerantes de sabores como romã, laranja e limão. A bebida foi a patrocinadora oficial da Organização da Conferência Islâmica (OIC), realizada na Malásia, em outubro de 2003”.



Figura 8: Garrafas de Mecca-Cola à venda em Paris

Fonte: <http://www.cbsnews.com/stories/2003/02/07/world/main539891.shtml>

Em represália às ações de boicote aos produtos norte-americanos na França e após a negativa desse país – membro do Conselho de segurança das Nações Unidas - em apoiar os EUA na invasão do Iraque, uma contra-ação foi deflagrada pelos EUA, tendo como foco os vinhos daquele país. Os apelos para o boicote aos vinhos franceses teve o endosso do *Wall Street Journal*, do *New York Times*, do *USA Today* e do apresentador de TV Bill O'Reilly. Os pós-graduandos Larry Chavis e Phillip Leslie, da *Stanford Graduate School of Business* mediram as conseqüências desse apelo, conduzindo um estudo<sup>68</sup> durante seis meses, no ano de 2003, junto às maiores cadeias de supermercados nas cidades de Boston, Los Angeles, Houston e San Diego, chegando à conclusão de que os boicotes realmente dão resultado, pois estima-se que, nessa ação, as vinícolas francesas deixaram de ganhar cerca de 112 milhões de dólares. Outra “conclusão” desses pesquisadores salta aos olhos, em função de sua obviedade:

<sup>67</sup> Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Mecca-Cola>. A opção por citar essa fonte, em especial, teve por objetivo explicitar a magnitude das transformações da percepção e do comportamento do consumidor em função dos episódios políticos em foco.

<sup>68</sup> Em artigo intitulado *Consumer Boycotts: the impact of the Iraq war on French wine sales in the U.S.* disponível em <http://www.stanford.edu/~pleslie/wine%20boycott.pdf>

a de que o estudo em questão documenta um exemplo de como a política externa do governo pode, indubitavelmente, impactar a lucratividade dos negócios de formas imprevistas. Os vinhos franceses – símbolos máximos da indústria daquele país - não foram os únicos alvos da insatisfação dos norte-americanos em relação ao país europeu e incluiu, inclusive, tentativas de renomear as tradicionais *french fries*, que passariam a se chamar *freedom fries*. Esse episódio deu origem a curiosas peças de contra-propaganda, como a estampada a seguir e que teve ampla circulação na Internet, sendo reinterpretada por arte-ativistas em vários países e traduzidas para diversos idiomas.



**Figura 9:** Versão em português de peça de contrapropaganda largamente difundida em *web sites* difusores de ações pró-boicotes aos produtos norte-americanos. Autoria desconhecida.

**Fonte:** <http://www.rizoma.net/interna.php?id=205&secao=intervencao>

Monroe Friedman (1999, p.213), especialista em psicologia do consumidor e um dos poucos estudiosos a se debruçar sobre a questão dos boicotes como modelo de ativismo de grupos consumidores, identifica duas características fundamentais nesse tipo de manifestação, ambas de importância histórica. Fruto do exame de muitas ações de boicote em terreno norte-americano, onde esse tipo de ativismo integra tradicionais práticas de comunidades de consumidores, a primeira característica faz a distinção entre o boicote orientado para o mercado e aquele orientado para a mídia. Essa distinção se relaciona ao aspecto mais primário dos boicotes, pois um boicote orientado para o mercado também pode ser orientado para a mídia e vice-versa. A segunda distinção decorre da observação de que os boicotes podem ser diretos ou indiretos no que diz respeito à “parte ofendida”. Se, como é comum, a parte ofensora é uma entidade econômica, com consumo corrente para venda direta ao público (por exemplo, uma grande corporação que produza produtos alimentícios), os ativistas podem, evidentemente, atacá-la diretamente, recusando-se a consumir esses produtos. Se, por outro lado, a parte ofensora não é diretamente acessível através do mercado, uma ação indireta pode ser possível. Isto é o que acontece quando um grupo está insatisfeito com o governo, com as políticas de uma cidade, estado ou país estrangeiro, e assim, deflagram uma ação de boicote indireto a empresas que operam na área geográfica afetada. Para tanto, utilizam-se de técnicas elaboradas para relacionamento com a mídia, no intuito de trazê-la para junto de suas ações e tirar o proveito necessário para o sucesso de seus esforços.<sup>69</sup>

No caso dos boicotes às corporações transnacionais que apoiaram George Bush por dois mandatos, parece claro que a hegemonia do capital cria uma terceira categoria de parte ofensora, constituída por instituições privadas e poder político. Nesse caso, ambas as estratégias anteriormente descritas são necessárias para lograr o êxito dos boicotes: não adquirir os produtos de empresas coniventes com decisões políticas ilegais e criminosas é uma atitude que, após a ofensiva militar do EUA ao Iraque, passou a fazer parte, de maneira concisa, do ideário de práticas de consumo em muitas partes do mundo. As preocupações em atrair a atenção da mídia, nesse caso específico, chegaram a ser desnecessárias, tão rápido os apelos de boicote se propagaram pelo mundo, via Internet, constituindo-se em um exemplar fenômeno de mídia espontânea.

---

<sup>69</sup> Vide ANEXO 3: *Boycott Action Kit*, item 5: *Mobilising for your campaign*, p. 12 e item 7: *Get your story in the media*, p. 13. Este material contém uma série de orientações concernentes ao relacionamento que os ativistas podem e devem estabelecer com a mídia.

## 4.2 A Rede como espaço contra-hegemônico

A Internet, tal como pode ser observado ao longo deste trabalho, tem uma função dupla, pois ora aparece como uma tecnologia da informação e da comunicação, ora como tecnologia do social. Como tecnologia do social, se manifesta como um lócus no qual diversos atores criam redes de sociabilidade capazes de interagir originando comunidades identificadas com suas propostas e concepções de mundo, neste caso específico tendo um alvo bastante claro: reagir contra as empresas “patrocinadoras” da política expansionista do presidente americano.

Tal concepção da Internet serve de base para explicar e dar conta das dinâmicas dos movimentos sociais nesse espaço, proporcionado pela ligação de redes, constituindo o que Castells (1999) definia como sociedade em rede e que não necessariamente fica sob o controle dos grupos hegemônicos de uma sociedade. Sua função estratégica é sem dúvida alguma, inquestionável, pois propicia não só a divulgação da informação e a proposição do debate, mas também, a construção das resistências e coligações entre movimentos sociais, no espaço físico ou virtual. Importa, portanto, questionar em que medida estes meios servem aos interesses e preocupações dos atores sociais protagonistas da trama que se evidencia nesta dissertação e que revelam suas idéias, ideais e pontos de vista por meio de sua militância a partir da web site ativista *Boycott Bush*.

Pode-se observar que, sem negar a existência de contra-fluxos da informação - que os ativistas em foco podem ser ocultados pelo poder não democrático, tal como ocorre com os movimentos contra-hegemônicos na China por exemplo. A informação que circula na Internet, especificamente no site aqui observado, permite a sua ampla difusão, o que não aconteceria pelo uso dos meios tradicionais. Aliás, uma das características distintas da utilização da Internet, por parte dos ativistas globais, consiste em acreditar que as mensagens de protesto podem, na realidade, ultrapassar os limites geográficos e midiáticos, a fim de facilitar seu crescimento por permitir o ingresso de novas informações e conseguir adeptos identificados com a causa em questão.

Convém salientar que este processo não pode ser totalmente dissociado da informação veiculada por outros meios de comunicação que interagem, sob diversas formas, com os fluxos de informação que circulam na *Web*. Talvez em função dessa interação digital a interação das pessoas se instensifique. Ser ativista, diante dessa situação, adquire novas dimensões voltadas para a divulgação e propagação do conhecimento numa sociedade onde a informação está cada vez mais ao alcance das pessoas.

Os usuários e militantes, dessa maneira, devem estar estimulados para explorar as capacidades da Internet para que estas produzam algum potencial transformador para os

movimentos sociais. Tal estímulo pode ser observado amplamente no objeto deste estudo, o site do movimento anti-Bush. O uso de diversos idiomas, as dinâmicas locais que as manifestações pró-boicotes adquirem, a atualização constante do seu conteúdo e o acréscimo quantitativo de militantes confirma sua dinâmica ativa.

Mas, não se deve perder de vista que existem filtros e outras formas pelas quais a informação sofre a ação subjetiva de seu(s) enunciator(es). Assumir que a difusão da informação é também difusão da interpretação e avaliação da mesma parece uma questão básica para a compreensão dos processos de comunicação, dos argumentos e dos debates que são difundidos no espaço da Internet pelos movimentos sociais, nos limites do site estudado. Essa ressalva permite olhar criticamente para a associação freqüente entre a Internet como um espaço, por excelência, de informação alternativa. Afinal, não se pode ignorar que os membros de uma sociedade expressam pontos de vista influenciados pela realidade que os circunda. Se a isso acrescentamos que o site, por ser recente, ainda está em construção, constata-se a possibilidade real de que algumas contribuições, difíceis de representar a convergência ideológica, política e cultural na sua totalidade é, segundo Gramsci, condição importante para consolidar a contra hegemonia.

Contudo, é fato que a Internet é constituída por espaços independentes que promovem um debate plural e cujas ações comunicativas integram as perspectivas daqueles que são frequentemente silenciados ou esquecidos pelos grandes meios de comunicação de massa. Por essa razão, pode-se afirmar que as redes escapam ao controle do poder das instituições estabelecidas e escapar das investidas dos controles convencionais significa constituir um repertório que ciberativistas vem ampliando com significativo espaço para as devidas manobras que protejam os interesses desse tipo de atuação, garantindo a circulação de idéias, as chamadas para a mobilização e a independência de sua atuação, em relação aos demais meios.

Não se pretende deixar, portanto, de assumir que grande parte da informação aqui contida pode estar sujeita a um debate plural, de acordo com a configuração dos diferentes espaços onde ela se encontra. Se numa página da Internet, associada a um movimento social, a informação pode ser linear e quase estática, a discussão das diferentes perspectivas e interpretações que ela suscita pode ter, de fato, lugar, já que paralelamente à divulgação da informação estão disponíveis listas de discussão, fóruns e outros recursos que favorecem a interação e disputa de sentidos, abrindo e pluralizando o debate. Portanto, o caráter democrático do tipo de ativismo desenvolvido pelo *Boycott Busch* oferece mecanismos que propõem soluções para a problemática apresentada, de maneira bastante satisfatória. Verifica-se, portanto, que as ferramentas construídas pelos ciberativistas oferecem uma participação

ativa e livre para os usuários, contribuindo e ampliando o conhecimento dos agentes envolvidos nas questões políticas delimitadas pelos problemas ali enumerados.<sup>70</sup>

O *Boycott Bush*, tal como pode ser encontrado na rede, comprova a existência de movimentos de resistência organizados, que fogem ao caráter restrito e local do movimento de contestação. Verifica-se uma rede de movimentos identificados em torno de propostas claras que procuram tornar viável, no âmbito local, as ações de boicote aos grupos de apoio a Bush e sua política de intervenção mundial. Dessa maneira, os ativistas deixam bastante claro a necessidade de se questionar a atuação das corporações que constituem o grupo hegemônico e responsável final pela sustentação da política intervencionista e militarista de Bush. Ou seja, é possível afirmar que enquanto grupo contra-hegemônico, tal como anunciado por Gramsci, oferecem cosmovisão diferenciada política, econômica, cultural e socialmente da defendida por Bush e seus seguidores.

Ainda, se observa que sua estrutura de ação, via rede, se manifesta de maneira bastante precisa, pois procura envolver movimentos internacionais, nacionais e regionais além de organizações não governamentais e outras associações da sociedade civil. Tal como apresentado pelo site, pode-se afirmar que se configura sim, a partir dele e de diversas experiências semelhantes, uma autêntica rede de movimentos sociais tal como sugerida por Castells (1999) e que ultrapassa as organizações idealizadas e estruturadas empiricamente, como poderia acontecer com os movimentos fora da rede. Ainda se pode comprovar que o movimento em questão possibilita a criação da consciência coletiva e individual, por apresentar informações relevantes alimentadas pelos mais diversos membros que aderem ao movimento, membros esses espalhados pelos mais diversos países do mundo, resultando num movimento articulado em torno de valores, objetivos e projetos contrários a uma situação.

É importante sublinhar também que a proposta do site em questão, objeto deste estudo, propõe que o movimento não fique restrito ao campo da virtualidade ou do ciberespaço. O debate proposto pelo movimento, em torno dos problemas sociais, tem se materializado em encontros e fóruns reunidos num espaço concreto, conduzindo a propostas de ação que se refletem na Internet, mas que acabam resultando nas ações de boicote, propriamente ditas. Os resultados apresentados nos capítulos anteriores evidenciam a efetividade das ações de boicote e salientam que essa categoria de ação ativista é relativamente nova, mas, apesar de recente existência, é possível cogitar que e propostas contra-hegemônicas como essa tenham um futuro bastante promissor, a julgar pela rápida penetrabilidade das novas tecnologias na

---

<sup>70</sup> Deve-se reconhecer que são muitas as resistências à ação coletiva na *Web*. Destaca-se a censura e as desigualdades de acesso e participação, as falsas identidades, o rumor e a mentira que se generalizam com apelos a uma solidariedade que evoca situações de fragilização humana e gera desconfianças, resistências que inibem a participação dos sujeitos, tornando-os renitentes em contribuir para a difusão de mensagens falsas.

vida das pessoas e a crescente transformação da mentalidade dos consumidores e de seus descontentamentos. Afinal, um boicote como o proposto pelos ativistas aqui em foco, não ataca só o capital, mas coloca em xeque os valores morais e éticos das mega corporações, questionando a atuação das mesmas, questionamento esse que, como evidenciado anteriormente, representa intercorrência temida pelas corporações, em função dos efeitos devastadores que podem causar à imagem das mesmas.

A hegemonia, tal como defendida por Gramsci, tem portanto a capacidade de unificar através da ideologia e de conservar unido um bloco social que não é hogemônico, mas sim marcado por profundas contradições de classe. Uma classe é hegemônica, dirigente e dominante até o momento em que – através de sua ação política, ideológica e cultural – consegue impedir que o contraste existente entre tais forças se manifeste, provocando assim uma crise na ideologia dominante, que leve a sua recusa, fato que irá coincidir com a crise política das forças.

A mera existência da *web site* em questão já sinaliza para uma profunda discordância em relação aos grupos que servem de sustentação à ordem estabelecida. Destaca-se, novamente, que para Gramsci, a dominação “física” é auxiliada pela instauração do consenso. O poder de coesão conectado ao consenso constituiria o predomínio de uma visão social de mundo e de convívio, o que parece não existir em função do conteúdo e da reação pregada pela *Boycott Bush Network*. A crítica ideológica e a disputa cultural a que ela se refere são decisivas na orientação prática dos homens, sendo um momento indispensável da luta pela construção de uma nova hegemonia, tal como sugere Gramsci – luta essa que implica em uma ação que, voltada para a efetivação de um resultado objetivo no plano social, pressupõe a construção de um universo intersubjetivo de crenças e valores.

Na sociedade moderna, então, não é suficiente ocupar fábricas ou entrar em confronto com o Estado. O que também deve ser contestado é toda a área da “cultura”, definida em seu sentido mais amplo, mais corriqueiro. O poder da classe dominante é espiritual assim como material, e qualquer “contra hegemonia” deve levar sua campanha política a esse domínio, até agora negligenciado, de valores e costumes, hábitos discursivos e práticas rituais. Os movimentos sociais podem atuar contra hegemonicamente em diversas esferas, inclusive na Internet. Justamente na Internet, os movimentos colocam seus programas e projetos para oferecer opções à sociedade, diferentes daqueles expressos pelo grupo dominante.

O *Boycott Bush* tem a missão de não apenas fornecer ao público os fatos que lhe são negados, mas também, de pesquisar e propor novas formas de desenvolver uma perspectiva de questionamento do processo hogemônico e fortalecer o sentimento de confiança do público

em seu poder de engendrar mudanças construtivas, posição essa claramente assumida por Gramsci na sua proposta de crítica ao poder instituído.

Os participantes do *Boycott Bush* podem ser vistos como membros de uma comunidade ativista que interage junto às classes subalternas para o fomento de uma contra hegemonia, ou melhor, de uma nova cultura e de uma nova prática comunicacional e de ação, que se oporia aos intelectuais organicamente ligados ao bloco dominante a serviço dos interesses dos aliados de George W. Bush. O objetivo desses ativistas seria o de criar formas participativas de gestão da informação, de processos educativos e de formação política com vistas a trazer grandes avanços aos movimentos sociais que atuam de forma midiática, ou seja, articulando estratégias de comunicação alternativa, tal como proposto por Gramsci. Dessa maneira, considera-se esse movimento e a Internet, obviamente, espaços de contestação para o qual o exercício das práticas contra-hegemônicas representam uma clara e nova forma de exercitar a oposição diante de circunstâncias, como visto dominadas pelo pensamento único e pela tendência unificadora de posicionamentos e posturas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

*“Don’t hate de media. Be the media”*

Jallo Biafra

Ciberativista e ex-vocalista da banda de *punk-rock Dead Kennedys*

Este trabalho partiu de algumas preocupações relacionadas com a ordem social, econômica e política decorrente da supremacia do capital, concretizada em ideologias e formação de grupos de interesses por meio dos quais se legitima uma situação desigual e antagônica dentro da sociedade.

No transcorrer do trabalho, resgatou-se o sentido de sociedade civil e as formas pelas quais o modelo capitalista se consolidou, projetando países e grupos responsáveis pelo estabelecimento de uma ordem que interessava a poucos.

Também se comprovou que a atuação desses grupos corresponde ao que Gramsci denominou de hegemonia, motivo pelo qual as análises desse pensador italiano mostraram-se válidas para nortear uma ação contra hegemônica para se definir uma nova ordem, mais justa e comprometida com a ética e a cidadania.

Entretanto, o pensamento de Antonio Gramsci precisou ser contextualizado, razão pela qual as considerações de Manuel Castells colocaram em evidência a necessidade de dimensionar as Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação e seu papel na construção da contemporaneidade mais recente.

No tocante à sociedade civil, viu-se que a incorporação do conceito de globalização remete ao conceito de hegemonia. Aqui, então, a questão que se coloca tangencia tanto o âmbito da economia política global quanto os níveis locais, nacionais e regionais. Considerando que a política não se realiza no espaço abstrato, torna-se impreterível que o problema do entendimento e da transformação da ordem mundial seja direcionado para o âmbito de uma sociedade civil que vem se transformando, em uma época de globalização. Os inúmeros conflitos identificados nessa polarização de forças sugerem que somente uma guerra de posição transnacional pode, a longo prazo, gerar transformações estruturais orgânicas, o que implica na construção de uma base político-social através da criação de um novo bloco histórico global contra-hegemônico.

Foi também intenção deste trabalho demonstrar que as transformações desencadeadas pelos avanços das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação vêm acelerando processos de transformações, sem precedentes, neste início do século XXI.

A difusão dessas tecnologias, disseminadas por todo o sistema econômico e, portanto, distribuídas no sistema produtivo, permeiam o tecido social de forma cada vez mais acelerada e intensa, modificando profundamente as relações entre os indivíduos (inclusive consigo mesmos) e destes, com as instituições. As conseqüências dessas transformações já podem ser sentidas quando se observa a atuação dos movimentos sociais, agora também inseridos em uma nova ordem digital.

Justamente nessa configuração procurou-se mostrar a validade dos movimentos sociais e das novas práticas e manifestações, denominadas de ciberativismo, que se espalham pelos mais diversos lugares do Planeta. Enquanto movimento social comprovou-se que os mesmos, quando articulados via Internet, ultrapassam as fronteiras nacionais, mobilizam diversas organizações, se atualizam constantemente despertando novos valores entre seus componentes e questionando eticamente os grupos que se comprometem com a manutenção da desigualdade econômica e social.

Concomitantemente à presença de movimentos sociais tradicionais na *Web*, outros movimentos sociais exploram as possibilidades de atuação no ciberespaço e aqui, pretendeu-se observar a presença de um movimento anti-consumo que tem como característica principal uma peculiar postura política: aquela que assinala que as grandes corporações e os governos, principalmente o dos Estados Unidos da América, mantêm promíscuas relações econômicas e de poder que extrapolam suas funções, comprometendo a segurança e o bem estar dos cidadãos e do próprio Planeta.

Reconhecendo o poder corporativo, a intransigência da administração de George Bush, bem como a insanidade do mesmo em levar adiante a ofensiva militar e a ocupação do Iraque, que já dura dolorosos cinco anos, os ativistas da *Boycott Bush Network* reconhecem que, ao cidadão comum, pouco resta a fazer diante do belicismo, da censura e da “caça as bruxas” que tal *establishment* têm promovido. Entretanto, esses ativistas, empregando a estratégia da não-violência, conclamam os cidadãos a refletirem sobre sua condição de consumidores: “nosso poder está em nossas carteiras”, pregam.

É preciso reconhecer, todavia, tanto as possibilidades quanto as limitações da reflexão em torno do discurso dos ativistas em questão. Entretanto, não há como negar que, diante de tantos conflitos contemporâneos, esforços significativos têm sido feitos no sentido de legitimar o discurso anti hegemônico, revelar novas identidades políticas e propor estratégias e táticas que possibilitem “lidar” com o acirramento dos totalitarismos.

Afinal, teria a guerra a capacidade de restaurar a paz obliterada por uma disputa ou curar as injustiças do mundo? Em toda a história da civilização humana, períodos difusos de relativa paz têm pontuado contínuas batalhas entre povos de diferentes graus de

relacionamento político, econômico e de poder militar. No entanto, ao se considerar a história de uma nação tão nova como a dos Estados Unidos da América, é possível cogitar que o oposto também é verdadeiro: a guerra, apenas periodicamente, é perturbada pela *Pax Americana*. As guerras em que os EUA já se envolveram, declarando-se vitoriosos, serviram apenas para justificar, junto à consciência coletiva (não só do próprio país, mas de todo o mundo), que o uso da força e da ameaça de violência legitima o progresso civil.

A percepção, nos Estados Unidos, construída por tal expediente político e filtrada por uma mídia insidiosa, confere um senso de legitimidade moral à guerra, especialmente diante de inimigos que lhes causam danos ou parecem constituir ameaça a sua segurança, aos seus interesses ou ao seu orgulho. Sob tais condições, pouco se pode fazer, então, [diante das intervenções militares cujas justificativas se assentam na restituição de sua tranquilidade doméstica.

Junto às “liberdades” (e libertinagens, não há como esquecer), as guerras parecem resultar, para os vitoriosos, em dolorosos ressentimentos e, para os vencidos, em um longo rancor. Para os primeiros, perdura a falsa sensação de segurança, pois os adversários não perderão oportunidades para lembrar-lhes de suas ofensas, e os períodos de trégua serão apenas ilusórios, enquanto que os conflitos permanecerão insolúveis, ampliados, agora, pelas muitas agressões acumuladas.

Somado a essas circunstâncias, constata-se que a comunicação – eixo mestre deste trabalho – desempenha, no mundo contemporâneo, papéis de indelével ambigüidade. Se, por um lado, os meios de comunicação – a grande mídia, especialmente – são denunciados, constantemente, por seu caráter anti social, por outro, a profissionalização da comunicação no mundo contemporâneo resulta cada vez mais segmentada e dirigida a públicos-alvo específicos, cujos perfis estereotipados pelas pesquisas de marketing se delineiam apenas com a intenção de que produtos lhes sejam oferecidos, criando assim o *modus vivendi* necessário para a perpetuação do capitalismo predatório, da cultura do consumo como forma de entretenimento, fomentando, assim, um *status quo* acrítico, cuja razão instrumental é incapaz de entender os fenômenos estruturais da sociedade ou elaborar uma crítica à economia política. Dessa forma, a ambigüidade da comunicação, em nossos dias, reside no fato de que ela própria é a responsável também por interceptar as relações sociais, mediando o fluxo, a qualidade e os matizes da informação em função de interesses pontuais e, assim, essa mesma comunicação minimiza as possibilidades de criação de repertórios individuais suficientemente astutos para participar criticamente do próprio processo comunicativo na medida em que sonega, ao indivíduo, a possibilidade da construção de conhecimento transformador.

Para legitimar a sociedade de consumo, não faltam intelectuais da comunicação (pós-modernistas, hipermodernistas) que saem em sua defesa, argumentando que essa sociedade (a do consumo) mais libera do que oprime; que a publicidade e a moda são emancipadoras; que a principal função da comunicação é divertir, distrair, entreter; que pesquisas já mostraram que a mídia pode influenciar na vida das pessoas, mas ela não desempenha um papel determinante no essencial; ou ainda, que as teorias da alienação pela comunicação e pelo entretenimento são frágeis e têm enfrentado revisões e refutações constantes e... “Isso é que é!”, diz o slogan do produto mais conhecido do mundo!

Em meio à tirania retórica de tal monta, entendemos que a cultura de consumo não é provavelmente, uma realidade cristalizada, definitiva e imutável. Verifica-se, pois, que, das contradições da cultura de consumo, das dificuldades crescentes para a sua concretização, surgem movimentos e grupos sociais dispostos a questionar de forma contumaz essa sociedade, promovendo uma ruptura com o imaginário pós-moderno e com os dogmas neoliberais ainda dominantes, que insistem em reiterar a impossibilidade da mudança do mundo. Paradoxalmente, nesse cenário, é justamente a comunicação o elemento facilitador da construção de novas estratégias e táticas para a viabilização de consensos capazes de minimizar as discrepâncias entre tantos conflitos de interesses. É por meio da comunicação, em seu sentido mais arcaico, e não por meio da grande mídia, que podemos existir e compreendermo-nos na relação com o outro, pois é justamente na comunicação que está contida a idéia de encontro e este só se realiza quando se participa de um destino comum.

A mensagem clara dos consumidores ativistas, enfocada neste trabalho, apenas começa a ecoar. Se a consciência de que suas ações conjuntas podem influenciar, ou não, muitos aspectos concernentes à vida em sociedade, constituiu questão cuja evolução deverá ser observada, constantemente, por profissionais das mais diversas áreas e seus resultados destinados a informar a sociedade amplamente e de forma imparcial. Novamente aqui, a comunicação desempenhará um papel cujo compromisso com a sociedade e com a cidadania será sua premissa maior. Assim, as indagações iniciais desta dissertação foram respondidas e a idéia de que a Internet representa um desafio para a sociabilidade contemporânea, fica claramente estabelecida. Também se pode apontar, novamente, que as contribuições de Gramsci, quando contextualizadas e atualizadas mostraram-se válidas para dimensionar movimentos ativistas, como foi o caso do *Boycott Bush*.

É neste sentido que se desenvolveu este trabalho, na esperança de que o conhecimento aqui reunido possa vir a ser acrescido por outras contribuições e questionamentos que se prestem a aprimorar as relações entre comunicação, consumo e cidadania.

## REFERÊNCIAS

- BENJAMIN, W. *et al.* **Os Pensadores**. São Paulo: Abril, 1980.
- BOBBIO, N., **Dicionário de política I**. Norberto Bobbio, Nicola Matteucci e Gianfranco Pasquino; trad. Carmen C, Varriale et ai.; coord. trad. João Ferreira; rev. geral João Ferreira e Luis Guerreiro Pinto Cacais. - Brasília : Editora Universidade de Brasília, 1998. Vol. 1: 674 p. (total: 1.330 p.). Vários Colaboradores. Obra em 2v.
- \_\_\_\_\_. **O tempo da memória: De senectude e outros escritos autobiográficos**. [Tradução de Daniela Versani]. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- BORDENAVE, J. D. **Além dos meios e mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência**. São Paulo: Vozes, 1987.
- BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias**. Petrópolis: Vozes, 1973.
- \_\_\_\_\_. **O que é comunicação**. São Paulo, Brasiliense, 1985.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.
- BOUZA, T. **Especialistas alertam sobre perigo de concentração na mídia na América Latina**. In: <http://noticias.uol.com.br/ultnot/efe/2007/02/21/ult1766u20439.jhtm> (acesso em 02/07/ 2008).
- CERVO, Amado Luiz. **Metodologia Científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002. (5ª ed.)
- CHAUÍ, Marilena. **O que é Ideologia**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994 (Coleção Primeiros passos).
- COHN, G. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: T.A. Queiróz, 1987.
- DIMBLEY R. & BURTON, G. **Mais que palavras: uma introdução à teoria da comunicação**. São Paulo: Summus, 1986.
- DAHRENDORF, R. **Class and Class Conflict in Industrial Society**. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1957.
- \_\_\_\_\_. **O conflito social moderno**. São Paulo: EDUSP, 1992.
- CANCLÍNI, N. G. **Consumidores e cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- \_\_\_\_\_. **Culturas híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1996.
- \_\_\_\_\_. **La globalización imaginada**. México - Buenos Aires - Barcelona: Paidós, 1999.
- CASTELLS, M. A Era da informação. Economia, sociedade e cultura. Vol.1: **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- \_\_\_\_\_. GIDDENS, A.; TOURAINE, A. **Teorías para una nueva sociedad**. Madrid:

- Fundación Marcelino Botín, 2002.
- \_\_\_\_\_, **Movimientos sociales urbanos.** Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 1976, (2ª ed.)
- \_\_\_\_\_. **El nuevo papel del ciudadano ante la revolución de Internet.** Correo de la Unesco, outubro de 1999.
- CHOMSKY, N.; BARSAMIAN, D. **Propaganda e consciência popular.** [Tradução de Désirée Motta-Roth]. Bauru, SP: EDUSC, 2003.
- DAHRENDORF, R. **Class and class conflict in industrial society.** Londres: Routledge & Kegan Paul, 1959.
- \_\_\_\_\_. **O conflito social moderno.** São Paulo: EDUSP, 1992.
- DEBRUN, M. **Gramsci. Filosofia, política e bom senso.** Campinas, SP: UNICAMP, Centro de Lógica e Epistemologia, 2001.
- DUARTE, Márcia Yukiko Matsuuchi. “Estudo de caso”. In: DUARTE, J. ; BARROS, A. (orgs) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2006 (2ª ed.).
- ECO, Umberto. **Como se faz uma tese.** [Traduzida do original *Come se fa una tesi di laurea*, Copyright © Casa Editrice Valentino Bompiani & C.S.P.A], São Paulo: Editora Perspectiva S.A., 1977 (16ª ed.).
- EICHENGREEN, B. J. **A globalização do capital: uma história do sistema monetário internacional.** [Tradução de Sérgio Blum]. São Paulo: Editora 34, 2000.
- EPSTEIN, Isaac. “Ciência, poder e comunicação”. In: DUARTE, J. ; BARROS, A. (orgs) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2006 (2ª ed.).
- FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo.** São Paulo: Nobel, 1995 (Coleção cidade aberta. Série Megalópoles).
- FRIDMAN, M. **Consumer boycotts: effecting change through the marketplace and media.** New York: Routledge Chapman and Hall, 1999.
- FUKUYAMA, F. **O fim da história e o último homem.** [Tradução de Aulyde Soares Rodrigues], Rio de Janeiro: Rocco, 1992.
- FRIDMAN, M. **Consumer Boycotts: Effecting Change Through the Marketplace and Media.** New York: Routledge Chapman and Hall, 1999.
- GADE, Christiane. **Psicologia do Consumidor e da Propaganda.** São Paulo: E.P.U. 1998.
- GOHN, M. G. **Teoria dos movimentos sociais. Paradigmas clássicos e contemporâneos.** São Paulo: Loyola, 2000 (2ª ed.).
- GONZALEZ, Henrique. **O que são intelectuais.** São Paulo: Brasiliense, 1984. (Coleção Primeiros Passos).

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**. [Edição e Tradução de Carlos Nelson Coutinho; co-edição: Luis Sérgio Henriques e Marco Aurélio Nogueira]. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006, (4ª ed.) 5 volumes.

\_\_\_\_\_. **Concepção dialética da história**. [Tradução de Carlos Nelson Coutinho]. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989, (8ª ed.)

HABERMAS, J. **O discurso filosófico da modernidade**. [Tradução de Ana Maria Bernardo et al.] Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1990.

\_\_\_\_\_. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

\_\_\_\_\_. **Teoría de la acción comunicativa I - Racionalidad de la acción y racionalización social**. Madri: Taurus, 1987.

HOBBSBAWM, Eric J. **Era dos extremos. O breve século XX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

JHALLY, S. **Os signos da publicidade**. Porto: Asa, 1987.

KEANE, J. **Global civil society?** Cambridge: University Press, 2003.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

LIMA, V. A. "CR-P: novos aspectos teóricos e implicações para a análise política". In: **Comunicação & Política**. Rio de Janeiro, I (3): 95-106, abril/julho, 1995.

MCCHESENEY, R.W. "Mídia global, neoliberalismo e imperialismo". In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MARTINS, F.M; SILVA, J.M. (orgs.). **A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MATTELART, A. **Comunicação-Mundo. História das idéias e das estratégias**. [Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira]. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. (2ª ed.) (Coleção horizontes da globalização).

\_\_\_\_\_. **A globalização da comunicação**. [Tradução de Laureano Pelegrin]. Bauru, SP: EDUSC, 2002, 2ª edição.

MIRANDA, R. F. A. **Sociologia do Direito**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996 (13ª ed.)

MORAIS, D. **O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MARX, Karl. **Para a crítica da Economia Política**. [Tradução de Edgard Malagodi]. São Paulo: Nova Abril Cultural, 1996 (Coleção Os Pensadores).

NICOLA, Ubaldo. **Antologia ilustrada de filosofia: das origens à idade moderna.** [Tradução de Maria Margarita De Luca]. São Paulo: Globo, 2005.

PENTEADO, H. **Ecoeconomia: uma nova abordagem.** São Paulo: Lazuli Editora, 2003.

PERNIOLA, M. **Contra la comunicación.** Buenos Aires: Amorrortu, 2006.

KUNSCH, M.M.K in BEZZON, L.C. (org) **Comunicação, política e sociedade.** Campinas: Editora Alínea, 2005.

PORTELLI, Hugues. **Gramsci e o bloco histórico.** [Tradução de Angelina Peralva]. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

ROUANET, S. P. **As razões do Iluminismo.** São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

RAMONET, I. **Guerras do século XXI: novos temores e novas ameaças.** [Tradução de Lucy Magalhães]. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

SANTOS, A. R. **Metodologia científica: a construção do conhecimento.** Rio de Janeiro: DP&A editora, 2000 (3ª ed.).

SPIRO, D. E. **The hidden hand of american hegemony: petrodollar recycling and international markets.** Cornell University Press, 1999. (P. 9-12). Obra disponível em formato de *e-book* em:

[http://books.google.com.br/books?id=I3vWgRS\\_itIC&dq=david+e+spiro+the+hidden+h and+of+american+hegemony+petrodollar+recycling+and+international+markets+cornell +university+press+1999&pg=PP1&ots=i6SnPIXXuj&sig=GOTrtV2hnAHGrDIYYVw5 Zklk-Ao&hl=pt-BR&prev=http://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&q=David+E.+Spiro,+The+Hidden+Hand+of+American+Hegemony:+Petrodollar+R ecycling+and+International+Markets,+Cornell+University+Press,+1999&btnG=Pesquisa +Google&sa=X&oi=print&ct=title&cad=one-book-with-thumbnail#PPA15,M1](http://books.google.com.br/books?id=I3vWgRS_itIC&dq=david+e+spiro+the+hidden+h and+of+american+hegemony+petrodollar+recycling+and+international+markets+cornell +university+press+1999&pg=PP1&ots=i6SnPIXXuj&sig=GOTrtV2hnAHGrDIYYVw5 Zklk-Ao&hl=pt-BR&prev=http://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&q=David+E.+Spiro,+The+Hidden+Hand+of+American+Hegemony:+Petrodollar+R ecycling+and+International+Markets,+Cornell+University+Press,+1999&btnG=Pesquisa +Google&sa=X&oi=print&ct=title&cad=one-book-with-thumbnail#PPA15,M1)

SODRÉ, M. “O globalismo como neobarbarie”. In: MORAES, Dênis. **Por uma outra comunicação.** Rio de Janeiro: Record, 2003.

TRIVINHO, E. **Cyberspace: crítica da nova comunicação.** São Paulo: Biblioteca da ECA/USP, 2000.

WEFFORT, F. **Os clássicos da política,** São Paulo: Atica, 2006.

## SITIOGRAFIA

<http://www.decoder.it/approfondimenti.php?task=view&articleID=125&offset=0>  
(acesso em 27/09/2007)

<http://www.encyclopedia.com/doc/1O48-BoycottCharlesCunningham.html>  
(acesso em 02/02/2006)

[http://www.idbrasil.gov.br/localidades/ponto\\_presenca/controlador/pontopresenca/paginas/ma pa\\_pt?perfil=publico](http://www.idbrasil.gov.br/localidades/ponto_presenca/controlador/pontopresenca/paginas/ma pa_pt?perfil=publico)  
(acesso em 22/06/2007)

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>  
(acesso em 29/06/2008)

[www.boycottwar.net](http://www.boycottwar.net)  
(acesso em 20/09/2007)

[www.adbusters.org](http://www.adbusters.org)  
(acesso em 01/04/2006)

[www.boycottheusa.com](http://www.boycottheusa.com)  
(acesso em 02/09/2007)

[www.boycottus.net](http://www.boycottus.net)  
(acesso em 10/03/2007)

[www.bethecause.org](http://www.bethecause.org)  
(acesso em 31/01/2007)

[www.boycottbush.net](http://www.boycottbush.net)  
(acesso em 20/09/2007)

[www.quitusa.com](http://www.quitusa.com)  
(acesso em 20/09/2007)

[www.boycottbush.org](http://www.boycottbush.org)  
(acesso em 20/09/2007)

[www.spendforpeace.co.nz](http://www.spendforpeace.co.nz)  
(acesso em 20/09/2007)

[www.stopshopping.org](http://www.stopshopping.org)  
(acesso em 20/09/2007)

<http://www.gandhifoundation.org/history.html>  
(acesso em 17/06/2007)

[www.motherearth.org](http://www.motherearth.org)  
(acesso em 01/09/2005)

<http://www.sescsp.org.br/sesc/conferencias/subindex.cfm?Referencia=168&ID=36&ParamEnd=9>  
(acesso em 22/07/2006)

<http://www.montgomeryboycott.com>  
(acesso em 13/07/2008)

<http://lcweb2.loc.gov/ammem/aohtml/exhibit/aopart9.html>  
(acesso em 13/07/2008)

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Mecca-Cola>  
(acesso em 29/07/2008)

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

(acesso em 07/07/2008)

<http://www.opensecrets.org/about/index.asp>

(acesso em 05/01/2006)

[http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle\\_east/2640259.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/2640259.stm)

(acesso em 30/07/2008)

[http://www.gsb.stanford.edu/news/bmag/sbsm0608/knowledge\\_boycotts.html](http://www.gsb.stanford.edu/news/bmag/sbsm0608/knowledge_boycotts.html)

(acesso em 30/07/2007)

<http://www.stanford.edu/~pleslie/wine%20boycott.pdf>

(acesso em 30/07/2007)

[http://movimientos.org/foro\\_comunicacion/show\\_text.php3?key=4997](http://movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=4997)

(acesso em 12/07/2008)

<http://www.comunica.unisinos.br/tics/textos/2002/T2G4.PDF>

(acesso em 22/07/2008)

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>

(acesso em 24/01/2008)

<http://www.eco.ufrj.br/semiosfera/anteriores/semiosfera03/perfil/mat1/txtmat1.htm>

(acesso em 02/04/2008)

[http://200.169.97.236:81/livros/Forum\\_Social\\_Mundial.pdf](http://200.169.97.236:81/livros/Forum_Social_Mundial.pdf)

(acesso em 20/08/2006)

[www.indymedia.org](http://www.indymedia.org)

(acesso em 20/09/2007)

[www.tao.ca/earth/damn](http://www.tao.ca/earth/damn)

(acesso em 20/09/2007)

<http://www.umacoisaeoutra.com.br/marketing/ramonet.htm>

(acesso em 20/07/ 2005)

<http://www.montgomeryboycott.com>

(acesso em 17/06/2008)

## **ANEXOS**

## ANEXO I

**Doadores de Bush: as seguintes multinacionais são as maiores doadoras do partido republicano nos pleitos de 2000 e 2006. (Cifras calculadas em 11 de julho de 2006)**

FONTE: [www.opensecrets.org](http://www.opensecrets.org)



**Como consumidores, não queremos que nosso dinheiro seja gasto em guerras por petróleo, destruição ambiental e violação dos Direitos Humanos.**

Optando por comprar produtos orgânicos, de pequenos produtores locais, criamos opções aos produtos produzidos pelas multinacionais que financiam as guerras.

Esta ação de boicote é uma ponte para um modelo de consumo ético e sustentável.

Aqui estão alguns dos grupos que apoiam esta ininterrupta ação de boicote às multinacionais norte-americanas que financiam as guerras que estão em curso no planeta: **Internation:** Aaad, Europe, Aaad Aala, International Peace Bureau, People's Health Movement; **Austrália:** Peace Action; **Austria:** Global Mothers; **Bahrain:** Environment Friends Society; **Bangladesh:** LDKOJ Institute; **Belgium:** For Mother Earth, Rencontres pour la paix; **Brazil:** Boycot DuSul Brasil; **Canada:** Gamard-Boecker Centre Foundation; **Colômbia:** Grupo estudiantil REPLICAR; **Croatia:** Women's Action of Rijeka; **Cyprus:** Friends of the Earth; **Denmark:** The United Peoples; **Egypt:** kata3.com; **France:** BoucliersHumains.org; **Finland:** Friends of the Earth; **Germany:** Organisation für Menschenrechte und Volkerverständigung; **Greece:** Ecologists Green; **Hungary:** Women for Environment; **India:** Marthen Sarayaki; **Italy:** Bastagerra; **Japan:** Peace Choice Campaign; **Malta:** Friends of the Earth; **Mexico:** Frente Civico pro Defensa del Caido de la Selva; **Netherlands:** Autismo Centrum; **New Zealand:** Spend for peace; **Pakistan:** Citizens Peace Committee/PBPTD; **Portugal:** InfoNature.Org; **Philippines:** Cordozza; **Puerto Rico:** Gente simple contra guerra; **Romania:** FAJTRUL; **Saudi Arabia:** Alasooor United Group; **South Africa:** Earthlife Africa; **South Korea:** Korea Social Forum Network; **Spain:** Atac Madrid, Boycott Preventivo, Consumidor consciente; **Switzerland:** Heyyaaka Foundation; **Syria:** People's Committee to Boycott U.S Products; **UK:** Reclaim the Earth; **USA:** For Mother Earth, Vermont Boycott For Peace

Você também pode participar desta campanha, juntando-se a milhares de pessoas em todo o mundo e apoiando esta ação necessária para a construção de um mundo melhor!  
SIGN-UP TODAY:

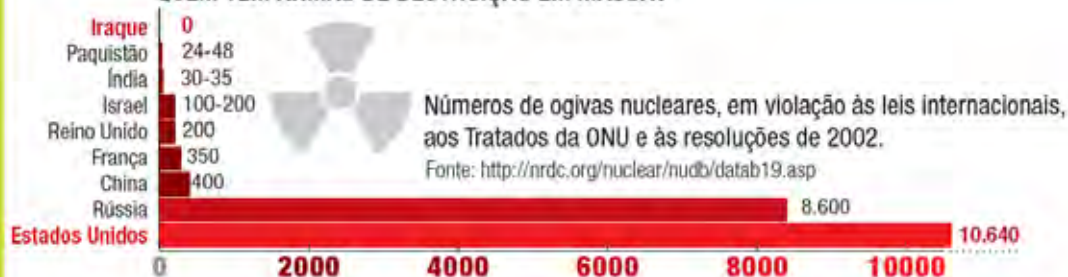
[www.boycottbush.org](http://www.boycottbush.org)

Poster "Doadores de Bush" . (Frente) Disponível em todos os idiomas nos quais o site está disponível. Todas as peças mostradas aqui estão disponíveis para download em [http://www.boycottbush.org/download\\_pt.php#poster](http://www.boycottbush.org/download_pt.php#poster) . Destina-se a ser impressa e distribuída.

Hoje, mais do que nunca, as multinacionais norte-americanas têm o maior impacto nas políticas da administração dos Estados Unidos. Mesmo se Bush não tivesse sido re-eleito em 2004, as grandes corporações continuariam a determinar a política, mundialmente. Por isso, apelamos para uma campanha ininterrupta de boicote, que continuará mesmo após as próximas eleições norte-americanas.

Boicotando os 6 maiores doadores para as campanhas do Partido Republicano, pretendemos pressionar o governo norte-americano a se juntar à comunidade internacional, cumprindo as regras estabelecidas pela Organização das Nações Unidas (ONU) e as Leis Internacionais. Com a ofensiva militar ao Iraque em março de 2003, os Estados Unidos da América age como um ESTADO TERRORISTA, violando a Carta da ONU. As políticas dos Estados Unidos da América são, indistintamente, marcadas pela arrogância e pelo interesse próprio, exclusivamente.

### QUEM TEM ARMAS DE DESTRUIÇÃO EM MASSA?



### EXIGIMOS QUE OS ESTADOS UNIDOS, IMEDIATAMENTE:

#### PAZ

- Retirem todas as forças de ocupação militar estrangeiras do Iraque e respeitem a soberania do povo Iraquiano, indenizando-os pelos danos causados pelas sanções econômicas, pelas duas Guerras do Golfo, parando de oferecer apoio a Israel, nas suas violações aos direitos do povo Palestino, incluindo os direitos inalienáveis desse povo à própria determinação.
- Cessem os atos de agressão contra outros estados soberanos ou contra qualquer outra nação ou povos.
- Reconheçam a competência da Corte Criminal Internacional para julgar crimes de guerra.

#### ARMAS DE DESTRUIÇÃO EM MASSA E DESARMAMENTO

- Parem com o uso de **padrões duplos!** Os Estados Unidos usam as armas de destruição em massa como desculpa para irem à guerra, enquanto continuam mantendo e desenvolvendo seus próprios arsenais de armas de destruição em massa (veja o gráfico acima e os tratados que mencionamos a seguir!)
- Abandone o Projeto "Guerra nas Estrelas" e reinstaure o Tratado para a não-proliferação de armas nucleares (Comprehensive Test Ban Treaty), detendo a corrida armamentícia e empenhando-se nos tratados que visem o completo desarmamento nuclear do planeta, ratificando o Protocolo da Convenção sobre Armas Biológicas, fortalecendo a Convenção sobre Armas Químicas e ratificando o Tratado sobre as Minas Terrestres.

#### MEIO-AMBIENTE E SAÚDE

- Ratifique o PROTOCOLO DE KYOTO, detendo o AQUECIMENTO GLOBAL.
- Pare de impor ao mundo o uso de alimentos geneticamente modificados.
- Ratifiquem as convenções que violaram, com relação ao controle do tabaco o primeiro tratado global de saúde e responsabilidade corporativa.



As políticas unilaterais dos Estados Unidos devem acabar! Por isso **boicotamos seus patrocinadores: Chevron Texaco, Exxon-Mobile/ESSO, Coca-Cola, Pepsi, Altria (Kraft e Phillip Morris) e o MacDonald's, até que nossas demandas sejam atendidas.**

CONTATO: Boycott Bush International Network, c/o For Mother Earth, K. M. Hendrikaplein 5-6, 9000 Gent, Belgium, pol@motherearth.org, magali@motherearth.org, TEL +32 (0)9 242 87 52, FAX +32 (0)9 242 87 51

APOIO: [www.motherearth.org/fme/support.php](http://www.motherearth.org/fme/support.php)

NÃO BRASIL: [mvcaputo@yahoo.com.br](mailto:mvcaputo@yahoo.com.br), TEL: 0 (XX) 14 - 9113 - 3512

Poster (Verso): "Quem tem armas de destruição em massa?"

## ANEXO II



Top 6 doadores de Bush 1999-2004  
[11o Jan. 05; Fonte: www.opensecrets.org]

**A** = Altria \$6.990.000  
**P** = PepsiCo \$2.070.000

**CT** = Chevron-Texaco \$2.440.000  
**EM** = Exxon-Mobil \$2.800.000

**C** = Coca Cola Co \$1.060.000  
**MD** = McDonalds \$790.000

### LISTA DOS PRODUTOS VENDIDOS NO MUNDO POR ESSAS 6 MULTINACIONAIS:

#### >Refrigerantes

7UP (P)  
Coca-Cola (C)  
Fresca (C)  
Gatorade products (P)  
Hi-C (C)  
Minute Maid (C)  
Pepsi-Cola products (P)  
Sprite (C)  
Tang (A)  
Tropicana products (P)  
>Água Engarrafada (C)  
Aquarius (Ásia e Europa)  
Bonaqua (no mundo)  
Chaudfontaine (Bélgica)  
Ciel (México)  
DASANI (America do Norte)

Evian (+DANONE em Am. do Norte)  
Joy (Vietnam)  
Kinley (India)  
>Café  
Maxwell House (A)  
>Cereais  
Quaker (P)  
>Aperitivos  
Chips Ahoy!/Chocooky (A)  
Frito-Lay products (P)  
Kraker/Hony/Aveny Bran (A)  
OREO (A)  
RITZ (A)  
Trakinas (A)  
>Queijo  
Philadelphia (A)

#### >Molhos

Kraft Mayonnaise (A)  
Kraft Miracle Whip (A)  
>Chocolate & Doces  
Milka (A)  
Sugus (A)  
Toblerone (A)  
>Refeições convenientes  
Kraft Macaroni Cheese (A)  
>Fast food  
McDonalds

#### >Gasolina

Chevron (CT)  
Esso (EM)  
Exxon (EM)  
Texaco (CT)

#### >Alcohol

Bacardi Mixers (C)

#### >Cigarros (Altria)

Basic  
Benson & Hedges  
Cambridge  
Chesterfield  
L&M  
Lark  
Marlboro  
Merit  
Parliament  
Philip Morris  
Virginia Slims

#### Alternativas...

> Produtos orgânicos (= sem químicos ou OMG) e produtos locais  
> Produtos de comercio justo :  
[www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)

Informação & contactos  
Boycott Bush Campaign  
c/o For Mother Earth  
Friends of the Earth Int.  
K. Maria Hendrikaplein 5  
9000 Gent - Bélgica  
Tel + 32-9-242- 87 52  
Fax +32-9-242-87 51  
[boycott@motherearth.org](mailto:boycott@motherearth.org)



Encontre mais produtos em: [www.boycottbush.org](http://www.boycottbush.org)

**Cédula** "Boicote ao dólar". Frente/Verso. Utilizando como suporte gráfico o layout de uma nota de US\$ 1,00, esta peça traz o slogan do movimento em sua face frontal e no verso, a lista das 6 empresas alvo da ação de boicote, os produtos elencados por gênero (alimentícios: refrigerantes, água engarrafada, café, cereais, aperitivos, queijos, molhos, chocolates, doces, refeições, fast food; combustíveis, bebidas e cigarros) oferecendo como alternativas, os produtos orgânico.

ANEXO III

# Boycott Action

## Kit



### Contact

For Mother Earth – Voor Moeder Aarde  
p.a. Gents Ecologisch Centrum

K. Maria Hendrikaplein 5

Belgium - 9000 Gent

Tel +32-9-242 87 52

Fax+32-9-242 87 51

pol@motherearth.org

[www.motherearth.org](http://www.motherearth.org)

Update: November 2003

### **BOYCOTT ACTION KIT**

A guide for the International Day of Boycott Actions,  
March 20th, 2004

## **Table of contents**

<b>1. Why boycott US products</b>	<b>4</b>
<b>2. Background Information</b>	<b>5</b>
A. History of Boycotts	5
B. Successful boycotts	5
C. The Power of Boycotts	5
<b>3. No money for War! Boycott Bush's campaign</b>	<b>6</b>
A. How is this boycott organized?	6
B. The Boycott's Targets	7
C. Brands Hits	7
D. The boycott time frame	7
<b>4. TOP 3 of actions for The International Day of Boycott Actions</b>	
<b>March 20<sup>th</sup>, 2004</b>	<b>8</b>
A. TOP 1. US Petrol Companies	8
B. TOP 2. Phillip Morris International	9
C. TOP 3. Coca Cola	10
D. Other Possible Actions: Supermarkets and Microsoft	11
<b>5. Mobilising for your campaign</b>	<b>12</b>
<b>6. Outreach to different groups</b>	<b>12</b>
<b>7. Get your story in the media</b>	<b>13</b>
<b>Appendix 1: Further Reading</b>	<b>14</b>
<b>Appendix 2: List of Bush donors</b>	<b>15</b>

## **INTRODUCTION**

### **Critical consumers: the new political superpower**

*There are two superpowers today: the USA and the people who oppose the Bush administration's policies. Many people realise that the way they can most make a difference is as a consumer: No money for war! Boycott Bush!*

There are many examples of effective consumer boycotts, some of which you can find in this Boycott Action Kit. In the words of the Dalai Lama: "If you think you are too small to make a difference, try sleeping with a mosquito." In our words: *critical consumers are the new political superpower*. Let's be aware of the power of our spending money, and let's get organised effectively.

### **Boycott Action Kit: a guide to prepare the International Day of Boycott Actions**

The Boycott Action Kit has been first released during the US war in Iraq for the first global day of boycott actions on April 15th 2003 as a source of advice for anyone who wants to take part in, or organise an action to inform consumers about how US corporations are shaping and supporting the politics of the Bush administration.

Following success of this first global day of boycott actions, we are now moving ahead with a second International Day of Boycott Actions on March 20th 2004, marking the first anniversary of the illegal attack on Iraq and reprovig its illegal ongoing military occupation.

We already received positive responses from people and groups in i.e. Australia, Bahrain, Brazil, Belgium, Canada, Egypt, Greece, Italy, Japan, Spain and United States for participation. However, this is not enough. We are looking for people to take action in many more places.

And let us be clear, we don't expect mass mobilizations. Small groups of people can make the difference. A well organized action might attract the sympathy of many and can get positive mass media coverage.

What you are reading now is an updated Boycott Action Kit for this second global day of boycott actions. It will give you some background for running effective boycott action campaigns. Translate it if you can. Let us know if you translate this Boycott Action Kit: [magali@motherearth.org](mailto:magali@motherearth.org). We will upload it on our website... and please send us feedback on how useful you find it and what could be improved.

Have a nice reading,

The Boycott TEAM of For Mother Earth

Anu Korhonen

John Axiak

Magali Fontanel

Pol D'Huyvetter

Rein Meyts

## 1. WHY BOYCOTT US PRODUCTS?

By boycotting US products, we want to put pressure on the US government to join the international community, complying with the rules of the United Nations and international law. With the military attack Iraq in March 2003 and its occupation, the USA act as a "rogue state" and violate the UN charter.

The US multinational companies targeted by the boycott have a clear financial link with the Bush administration: they all contributed money for the 2000 election campaign for the Republicans or/and have economic interests in Iraq, particularly petrol, armament, airlines and car companies such as ExxonMobil/Esso, General Motors and American Airlines.

Today we need to hit where it hurts. The only language Washington understands is economical. More than ever US companies seem to have a major impact on the policy of the US administration. The US government policy has increasingly been marked by arrogance and self-interest.

### We demand that the US

- allow the UN to take over the civil administration in Iraq as soon as possible and end 'pre-emptive' attacks on other states
  - actively pursue a two-state solution for Palestine & Israel
  - recognize the competence of the International Criminal Court to prosecute war criminals and cancel all bilateral agreements
  - adopt the Kyoto protocol to stop global warming
  - stop forcing the use of genetically modified food and farming on the world
  - stop the use of double standards concerning Weapons of Mass Destruction (e.g. those of Israel and the US's own stocks)
  - abandon National Missile Defense & reinstate the ABM Treaty
  - ratify the Comprehensive Nuclear Test Ban Treaty, respect the Nuclear Non-Proliferation Treaty and move towards a Treaty for complete nuclear disarmament.
- 
- ratifies the Biological Weapons Convention Protocol and strengthens the Chemical Weapons Convention and ratifies the Landmine Treaty

## 2. BACKGROUND INFORMATION

### A. History of boycotts

The term originated in Ireland in 1780 when English estate manager Charles Cunningham Boycott was "boycotted" by famine-threatened Irish farmers for refusing to lower rents.

These unilateral policies must stop now and all US troops must leave Iraq immediately.



Share of World Military Expenditures, by Country or Group, 2001

**" As consumers we do not want our money to be used to fuel wars, environmental destruction and human-rights violations".**

According to World Watch Institute, world military expenditures in 2001 were conservatively estimated at 739.33 thousand million euros — almost 100 million euros every hour or 2.000.000.000 euros each day. The United States is now the world's sole military colossus, accounting for 36 percent of all military spending, or 266.13 thousand million euros. U.S. spending is now projected to rise to 364.82 thousand million euros (in 2001 euro) by 2009, or 1.000.000.000 euro per day

Source: Vital Signs Fact of the Week #16 source Thursday, September 18, 2003

You can sign-on for the boycott at: <http://www.motherearth.org/USboycott/index.php>

Since then, boycotts are used to protest national or global issues such as unfair labor practices, civil liberties, discrimination, human rights, animal protection, environment, etc. by targeting companies' practices or government policies involved in those issues.

Boycott action won acclaim as a non-violent tool with the Montgomery, Alabama bus

boycott organized by Dr. Martin Luther King Jr. in the 1950s, which became a defining moment of the Civil Rights Movement for the Black community in the USA. It has become one of the means of protest used by peace organizations. Boycott helped overthrow apartheid South Africa and end French nuclear tests as well.

## **B. Successful boycotts**

### **Apartheid**

One of the most significant boycott victories was the abolition of apartheid in South Africa. The boycotts of Shell, Kellogg's and Coca Cola among others had been launched worldwide to protest the racist policies of South Africa's government. The companies targeted prompted shareholder resolutions demanding divestment from the country. This became the catalyst for the abolition of apartheid in 1994.

### **French nuclear testing**

Another recent significant boycott was launched in 1995 by the International Peace Bureau in opposition to French nuclear testing in the French Polynesia. The French wine industry was hit especially hard by the boycott because of its international popularity. According to Bruce Hall, coordinator for the Comprehensive Test Ban Clearinghouse, the boycott combined with the protests had a real impact: the number of tests were reduced by 25 %. Additionally, French President Chirac committed to signing on to a Comprehensive Test Ban Treaty. France eventually ratified the CTBT in April 1998.

More info at:

[www.motherearth.org/archive/archive/boycot/boyidx.html](http://www.motherearth.org/archive/archive/boycot/boyidx.html)

### **The McBride Principles : a long-term boycott**

Some boycotts are significant for their length. The longest was the 12-year boycott of Ford Motor launched by the Irish National Caucus. It ended in 1998, when the company agreed to implement the McBride Principles. Those

principles prevent US companies from subsidizing anti-Catholic discrimination in Northern Ireland.

### **Scott Paper : the shortest boycott**

Occasionally the threat of a boycott can make a company yield to the demands of people willing to boycott. In the United Kingdom, Survival International threatened Scott Paper with a boycott because its plans for a eucalyptus plantation and paper mill in Indonesia threatened the survival of tribal peoples. In a letter to Scott Paper, Survival International wrote, "if we call a boycott, we will mobilize our 20,000 members, and it will also be endorsed by the Sierra Club which has two million members." In response to the threat, Scott Paper abandoned its plans.

You can find more significant boycott victories in Co-op America's Boycott Organizer's Guide (See: Further Reading).

## **C. The Power of Boycott**

Well-organized boycotts are successful most of the time and can greatly impact companies' attitudes and practices, and can consequently influence government policies.

A survey in the USA found that business leaders consider boycotts to be more effective than other consumer techniques such as class action suits, letter writing campaigns, and lobbying. They directly threaten sales and so the company leaders take them seriously - even if it's likely to influence a very small percentage of their customers. (Friedman, 1991)

According to John Monogoven, senior vice president of Pagan International Inc., a public relations firm, the success of a boycott action is more than just a decrease in sales. Very rarely is the impact felt at the cash register. Actually, they have problems with employee morale: employees don't like working for a company that is being criticized and questioned. For the same reason, they have problems with recruiting the top students from colleges and universities. And top-level executives spend a large amount of time on the issue when they should be doing other things. (Insight, 10/26/87, p. 44)

Since the 1990s, boycotts are becoming better organized and have got more media attention than ever before. As a consequence, they can be very effective in a shorter time period than previous boycotts. Today, with the web network, a consumer boycott can be endorsed by hundreds of

millions of people (605.6 million people online in Sept. 2002 ; Source : Nua Internet Surveys :

[http://www.nua.ie/surveys/how\\_many\\_online/](http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/)).

### 3. 'NO MONEY FOR WAR! BOYCOTT BUSH' CAMPAIGN

#### A. How is this boycott organized ?

Today the Belgium-based For Mother Earth NGO ([www.motherearth.org](http://www.motherearth.org)) coordinates this global No Money For War – Boycott Bush campaign. The first call to boycott was launched in an attempt to prevent war in Iraq, one month before the USA attacked on March 20, 2003. During the upcoming European (Paris, Nov. 2003) and World Social Forum (Mumbai, Jan. 2004) For Mother Earth will continue to set up a Global Council with campaigners from around the planet to coordinate this campaign and agrees to act as an international switch-board for this US boycott campaign.

The number of organizations that are endorsing and spreading our call to boycott US goods is increasing and we expect this to continue.

For this boycott campaign, we have a media strategy which is based on :

- The use of non-violent direct actions involving politicians as members of the European Parliament (MEP) and national and international VIP. MEP took part in the blockade of Esso and Texaco petrol stations in Brussels, Belgium.

More info at:

[www.motherearth.org/USboycott/essoaction\\_en.php#15\\_4](http://www.motherearth.org/USboycott/essoaction_en.php#15_4)

- Press releases about those actions with photographs for media and consumers
- Informational materials: flyers, posters, Boycott Action Kit...

Resources to download at:

[http://www.motherearth.org/USboycott/resources\\_en.php](http://www.motherearth.org/USboycott/resources_en.php)

This boycott action campaign has been marked by the first International Action Boycott Day on April 15th 2003. The call for this international day was launched by For

Mother Earth and the International Peace Bureau.

We are now calling for another International Day of Boycott Actions on March 20th 2004, marking the first anniversary of the illegal attack on Iraq to put one more time international attention on US unacceptable policies and get more people participating and getting involved in the boycott campaign.

#### B. The Boycott Targets

We must be ready to justify why we chose our targets to consumers and to media.

The US multinational companies targeted by the boycott have a clear financial link with the Bush administration: they all contributed money for the 2000 election campaign for the Republicans or/and have economic interests in Iraq, particularly petrol, armament, airlines and car companies such as ExxonMobil/Esso, General Motors and American Airlines.

Amongst the complete list of the US companies targeted by our boycott campaign, some of them belong to the 30 biggest Republican Party donors in the 2000 election cycle.

List of Bush donors in annexes or at: [http://www.motherearth.org/USboycott/donors\\_en.php](http://www.motherearth.org/USboycott/donors_en.php)

The US companies targeted are clearly guilty by association. They may not have directly pressed the Republicans to wage war on Iraq, but they must bear responsibility for the government that their funds have helped to elect. They, as corporations, made their choices, and now we as consumers must make ours.

In addition, we have included US companies which are symbols of US imperialism such as McDonalds and Coca Cola for people who want to endorse a blanket boycott of all US products.

All those companies have strong businesses and/or financial ties with the US government and/or the US Army. They are visible, easy to identify and image-conscious. They are also able to exert substantial pressure on US

government (i.e. oil, car and plane companies).

List of 'Bad companies' in annexes or at:

[http://www.motherearth.org/USboycott/index\\_en.php#companies](http://www.motherearth.org/USboycott/index_en.php#companies)

As a result, we want the US companies targeted to pressure the US government into yielding our demands.

This boycott should pressure the companies selected both by impacting their products sales and spirits and by attacking their reputation and media-image as we expose their complicity in the unacceptable policies of the Bush administration, i.e. the war and the occupation of Iraq. The reputation impact is easier to accomplish as companies pay more attention to cultivating more socially concerned images. However, companies remain highly sensitive to any consumer concern which appears to affect purchasing behaviours.

We are also collecting the pledge of people and NGOs who sign the call to boycott US products on our web site. In this way, we are preparing to present numbers to the companies to show the support for and strength of the boycott.

### **C. Brands hit**

According to an independent research done in 30 countries the US boycott has already had a damaging effect on leading US brands. The boycott calls are successful, as the brand image of various topline US products suffer. In a recent article in the London-based Independent, it was stated that "of the top 10 global US-based firms, only one saw an increase in its brand-power compared with a year earlier. All of the others were either unchanged, which is bad enough, or in negative territory." This survey which was carried for the fifth time saw US brands starting to sink for the first time. In contrast, the survey showed gains for the best-known non-US brands, the article pointed out. The survey results were originally published in the Newsweek magazine.

### **D. The boycott time frame**

As far as we know, the global boycott of US products is positioned to become the biggest boycott in human history as the opposition against the war in Iraq was gigantic !

This is a long-term action. It could go on for years as boycotts can take years before achieving the desired result. We have to consolidate our resources to continue in order to get results. We have to be prepared for an extended battle. This is one of the reasons to organize a second global boycott action day on March 20<sup>th</sup> 2004 to put together all the boycott forces.

## **TOP 3 OF ACTIONS FOR THE**

## **INTERNATIONAL DAY OF BOYCOTT ACTIONS**

**MARCH 20<sup>th</sup>, 2004**

Here in Belgium we came up with several proposals for common actions we could take on Saturday March 20<sup>th</sup> 2004. Following are all relative small, fun and easy actions which can attract positive reactions and good news-coverage.

If you want to participate, please contact us ASAP and please send us feedback and your idea(s).

### **TOP 1. US petrol companies**

Brands: Chevron, Esso, Exxon, Mobil, Texaco

US petrol companies obviously make pressure on the Bush administration's foreign policy such as the war in Iraq For this reason, we encourage people to organise an action at a petrol station from Exxon-Mobil (Esso in Europe) or Chevron-Texaco. Together these companies donated 2 million US dollar to the Republican Party's election fund in 2000. According to the Wall Street Journal

([www.motherearth.org/USboycott/oil\\_en.php#wallst](http://www.motherearth.org/USboycott/oil_en.php#wallst)) oil-industry officials say Mr Cheney's staff hosted an informational meeting to discuss the future of Iraq's oil reserves with industry executives in October 2002, with Exxon Mobil Corp, Chevron-Texaco Corp, ConocoPhillips and Halliburton among the companies represented.

**ACTION:** close symbolically an Esso-Mobil or Chevron-Texaco fuel station... We had positive experiences with this action. A separate handbook will go on-line ASAP. There are different possibilities:

\* *One possibility is to wrap Esso-Mobil or Chevron-Texaco gas station in black plastic with a message on it and spread flyers. A French local Attac group did it during the alternative summit of G8 in France, 2003. We will find out more details.*

\* Another possibility is to blockade the station with red and white hazard tape and spread flyers.

\* Or only give flyers to car drivers if it's not possible to blockade the station.



**Brussels, 2 April 2003**

## TOP 2. Philips Morris International

- Tobacco Brands : Apollo Soyuz, Bond Street, Caro, Chesterfield, Diana, F 6, Fajrant, L & M, Lark, Longbeach, Marlboro, Merit, Multifilter, Muratti, Optima, Parliament, Peter Jackson, Petra, Philip Morris, Polyot, Red & White, SG, Start, Vatra, Virginia Slims.

Source: [www.altria.com/about\\_altria/01\\_04\\_03\\_pmi.asp](http://www.altria.com/about_altria/01_04_03_pmi.asp)

- Food: Miller, Kraft, Nabisco, Maxwell House, Kenco, Bird's, Cracker Barrel; Jacobs Suchard, Toblerone...

Let us know which brands they sell in your region and be sure to inform people to stop smoking their cigarettes. Philip Morris donated \$2.9 million to the election campaign of the Republicans in 2000.



**ACTION:** have people with a mask of Bush and a Marlboro costume (enlarged cigarette pack) armed with a (toy) machine-gun to give out flyers near tobacco shops and in crowded (commercial) streets. We are in the process of making such a costume and will get picture and handbook on-line ASAP.

See also posters in at: [www.motherearth.org/USboycott/resources\\_en.php](http://www.motherearth.org/USboycott/resources_en.php)

### TOP 3. Coca Cola

More than 300 brands in over 200 countries...

Source: [www.coca-cola.com/worldwide/flashIndex1.html](http://www.coca-cola.com/worldwide/flashIndex1.html)



**ACTION:** close Coca Cola vending machines with hazard tape or wrap Coca Cola vending machines in black plastic and hazard-tape and open info-stall with alternative drinks to sell in front of it. Here we can put forward the local alternatives to US brands compromised because of funding the Bush electoral campaign. Organic and/or fair-trade drinks; public transport and bikes or Q8 gasoline; how to quit smoking or

alternative brands; information on Linux as alternative to Microsoft...

### OTHER POSSIBLE ACTIONS

#### Supermarkets

You can find many US brands in most of the supermarkets in the world. There is something to do...

**ACTIONS** at supermarkets with an info-stall with alternatives (cfr. above) and a banner. You can also play some street theater like the Basque anti-war group people who staged a die-in next to Coca Cola bottle (photo below)...



#### Microsoft

Brands : Windows, Internet Explorer, Word

Microsoft Corp donated \$2.400.000 to Bush his campaign in 2000. Probably the biggest American monopoly is to be found in software: Microsoft. No wonder that Microsoft-boss Bill Gates is the richest person on earth. But there is a non-commercial alternative for windows now: the Linux operating system. Free, open and much more stable than Windows. These days Linux is as user-friendly and easy to operate and has as much choice in utility-software as Windows or Apple.

**ACTION:** You want to participate in the boycott by sitting in your office or home? It is possible! Boycott Microsoft! If you plan to start the change to Linux, send the story of your intention or change to your network of friends and colleagues. Let us know.

*Linux:* Check [www.linux.org](http://www.linux.org) , [www.linux.\(your country code\)](http://www.linux.(your country code)) or for a user-friendly distribution [www.mandrake.com](http://www.mandrake.com).

*Free softwares:* If you don't want to dump Microsoft yet, try some free software that runs on windows

- [www.openoffice.org](http://www.openoffice.org) looks just like MS Office and is compatible with it
- [www.mozilla.org](http://www.mozilla.org) is a good alternative for Internet Explorer
- [www.gimp.org](http://www.gimp.org) is just as good as Photoshop

A choice for free software is also a choice against patents and for free information:  
[www.eurolinux.org](http://www.eurolinux.org)

## MOBILISING FOR YOUR CAMPAIGN

To get more people than just the organising core group (or even just you as one person!) to your actions you need to outreach. There are countless ways of letting people know about your plans and convincing them to join you.

Make a flyer and distribute it in cafes, bookshops - and other people's mailings. Hand it out on the street or at other demonstrations.

- make a poster and put it in public places
- invite the members of your organisation
- make a contact-list of the activists taking part in your action and invite them next time
- write an article to be published in activist/alternative-media
- get the date of your action published in the listings and magazines of other groups and organisations that you invite to join the action
- keep your website updated and create links with other webpages
- send info, an article etc. to different email list-servers, and activist websites such as the Independent Media Centre <http://www.indymedia.org>.
- create and use an e-mail signature about your actions
- use your friendly press contacts to get your plans published in newspapers, radio...
- talk about your actions in meetings and info-evenings
- go to actions and demonstrations of other groups and organisations to invite people (use the flyer!)
- invite your friends, family, neighbours...

These are some examples on how to spread the information and reach activists, and to people who are

not (yet) involved in peace movement.

## OUTREACH TO DIFFERENT GROUPS

Be aware that different groups and people may have different reasons for joining the campaign. Here are some examples:

### Bar, shop & restaurant owners

In the campaign, these individuals -who are not activists- have been very important to visualize and communicate the opposition to the US policies and to demonstrate alternatives.

### **Development groups**

Military spending cuts down on development aid programs.

### **Environmental groups**

Environmental impact of the Bush administration's policies.

### **Families and parents groups, Medical organisations**

Enormous military budgets cutting in social funding programs.

### **International issues/justice organisations**

Violation of UN charter and international law. Use of double standards and hypocrisy around issue of weapons of mass-destruction.

### **Peace organisations**

Opposed to wars.

### **Political parties & lawyers groups**

Legislators are very concerned about the recent events and the impact for the UN & International law. It can be very helpful for your campaign to get politicians on board. It gives you a lot more credibility with mainstream press, the public and other NGO's.

### **Public spending campaign groups**

Military spending

If your campaign is going to be successful, it is vital that you reach people who are outside of the activist "scene". This will show that there is broad public support for your message, and stop you from being marginalized or criminalized.

## **GETTING YOUR MESSAGE IN THE MEDIA**

Through the years campaigners & activists have realised that there is effort and skill needed to get a campaign published in the mainstream and alternative media. These guidelines are to give you a start.

Publishing your campaign is not just about attracting attention to yourself or even to your political issue. It is also about responsibility. Today you want to stop the violation of the UN charter and international law and get this information to the public and political leadership.

Be aware that members of the media - like all of us in some way - have their own agendas. You need to be aware that sometimes your words and even your issue may be manipulated, even by sympathetic journalists. In other cases your action may not be reported at all, however much effort you put into getting the media there.

Non-violent actions are very good tools to get public attention to your campaign

### **1. Before the event:**

First of all, realise that members of the corporate press are not our friends, but also not our enemies. They need us as much as we need them.

Try to identify a contact person(s) at every media outlet, and keep him/her informed. Provide him/her with background papers, and let them know that you are committed to the issue.

Don't be afraid to ask about the needs of reporters: how they work, deadlines, etc. Please be aware of deadlines! Don't call in middle of radio-news, or five minutes before closing time of the news desk at the TV-station.

Always keep your message short and simple. Speak slowly. Remember your audience. Be aware that only a few sections of the media will give us the opportunity for a more in depth story, (for example some magazines or the opinion-page in newspapers).

Write a short invitation/news release with 'The Five Ws' in first paragraph : who, what, why, when and where. Always mention contact the contact details.

Create a 'visual' action. Brainstorm about the image you want to relay to the general public. Create a photo-opportunity which contains all the elements you want to communicate - five Ws! Think about the image when planning a protest or event. Make clear clean banners (black print on white or yellow)!

Remember that television and photos are the most powerful communication tools today. Camera people and radio reporters want a good interesting story, and - do not forget- they want (contrary to newspaper reporters) movement and sound.

Contact the wire services (AP, Reuters, your national agency) first, as they will distribute your story to TV, radio, newspapers and magazines. Wire services provide one of the best ways to insure successful coverage. Don't forget the national and international TV and photo-agencies if you can guarantee a good story. A good photo-story might be picked up by several newspapers and reach millions of people.

If you have an important story, arrange for your own camera (Betacam, digital or Hi-8) and photographer. Absent agencies might be interested in your video-footage and photos. Send your pictures to the picture desk with your photo-story (with 5 w's)

## 2. During the event:

Radio news and news agencies cover events as they happen. Their news desks are among the first to call when your protest has started. Call them with regular updates if your event takes several hours, and brief them once it has ended.

Don't forget to appoint one activist responsible for the contacts with the media during the event, to give regular briefings, point out spokespeople and photo-opportunities, take note of their names and contacts, deal with press calls on the mobile, etc.

## SPECIAL MEDIA TERMS

**EMBARGO-** give information under 'embargo' if it's confidential until a certain time.

**POOL-** release your photographs or TV-footage as a 'pool' so other reporters can also make use of them (not exclusive).

**OFF THE RECORD-** Go 'off the record' if you don't want this information being quoted (but be aware that some journalists might not respect this - so be careful what you tell them).

**EXCLUSIVE-** You can give a reporter an 'exclusive' story (one which you don't give to other reporters) if this might help to break the news. You might be able to give it to other reporters afterwards, but it's important to be careful.

## ATTENTION: TOO OFTEN FORGOTTEN

### 3. After the event:

From experience we know that this is very often neglected.

#### Go from A all the way to Z

*Please write news-reports and send photos to mainstream and alternative media the same day! In the ideal situation you have someone doing this during the action for news-agencies & radio-stations as they want breaking*

*news. Have a final report mailed immediately after the action to your complete media list. Also post your news on your website and on your local outlets (e.g. [www.indymedia.org](http://www.indymedia.org)).*

After the action, send an objective report to your contacts. Mention agencies on your action-report (for example TV footage and photographs through Reuters). This might encourage a local TV station or a newspaper to pick up the story.

Spread the word yourself, using your own media - your own newsletters or

magazines, or information evenings and video showings. Publish it on your website as the campaign develops

Use for example [www.indymedia.org](http://www.indymedia.org) to publish your story and pictures. Check

your regional and local outlets for your 'breaking news' on the internet.

**Good Luck!**

## FURTHER READING

- The "[Boycott Organizer's Guide](#)"

[www.coopamerica.org/boycotts/boycott\\_organizer\\_guide.pdf](http://www.coopamerica.org/boycotts/boycott_organizer_guide.pdf)

- Links to boycott campaigns & resources

[http://www.motherearth.org/USboycott/links\\_en.php](http://www.motherearth.org/USboycott/links_en.php)

## LIST OF BUSH DONORS

The following companies were the largest donors to the Republican party election campaign 2000, it excludes trade bodies or associations.

These figures are based on the official information provided by The Federal Election Commission of the United States. This information is available on the web site of The Center for Responsive Politics, a non-partisan, non-profit research group based in Washington, D.C. that tracks money in politics, and its effect on elections and public policy:

More info: Center for Responsive Politics:

[www.opensecrets.org/overview/topcontribs.asp?Cycle=2000&Bkdn=DemRep](http://www.opensecrets.org/overview/topcontribs.asp?Cycle=2000&Bkdn=DemRep)

1. MBNA \$3.0m

2. Philip Morris \$2.9m

3. Microsoft \$2.4m

4. AT&T \$2.4m

5. UPS \$2.3m

6. Bristol Myers Squibb \$2.1m

7. Verizon \$2.0m

8. Pfizer \$1.9m

9. SBC \$1.9m

10. Enron \$1.8m

11. Citigroup \$1.8m  
12. Federal Express \$1.7m  
13. Time Warner/AOL \$1.6m  
14. Credit Suisse \$1.6m  
15. Ernst & Young \$1.5m  
16. UST \$1.5m  
17. Morgan Stanley Dean Witter \$1.5m  
18. Lockheed Martin \$1.5m  
19. Union Pacific \$1.5m  
20. Freddie Mac \$1.4m  
21. Bell South \$1.4m  
22. Glaxo Wellcome \$1.3m  
23. Amway \$1.3m  
24. Price W'house Coopers \$1.3m  
25. Deloitte & Touche \$1.3m  
26. Eli Lilly \$1.3m  
27. Goldman Sachs \$1.2m  
28. Anderson W'wide \$1.2m  
29. Merrill Lynch \$1.2m  
30. Exxon Mobil \$1.2m  
31. WorldCom Inc \$1.2m  
32. Lehman Brothers \$1.1m  
33. International Paper \$1.1m  
34. General Electric \$1.1m  
35. Global Crossing \$1.1m  
36. MGM Mirage \$1.1m  
37. Koch \$1.0m  
38. Aflac \$1.0m  
39. Paine Webber \$1.0m  
40. American \$1.0m

41. Financial Gp  
Boeing \$1.0m  
42. Southern Co \$1.0m  
43. Ltd Inc \$950k  
44. BP Amoco \$950k  
45. KPMG \$900k  
46. Am'can Airlines \$900k  
47. Schering Plough \$900k  
48. Williamson \$880k  
49. Bank Pharmacia/Upjohn \$850k  
50. One \$850k  
51. Qwest \$850k  
52. Anheuser Busch \$850k  
53. Cintas Corp \$828k  
54. MandalayResort 55. Gp \$810k  
56. Lehman Bros \$810k  
57. Reynolds Tobacco \$810k  
58. Fannie Mae \$800k  
59. Bank of America \$800k  
60. American Int Gp \$800k  
61. GAF \$800k  
62. Chevron Texaco \$800k  
63. Paso \$790k  
64. CSX \$770k  
65. Burlington North \$770k  
66. General Dynamics \$750k  
67. American \$740k  
68. Home Prods  
69. Joseph Seagram \$740k  
70. PepsiCo \$720k

71. Chase Manhattan \$700k  
72. FPL Group \$685k  
73. Prudential \$900k  
74. USX Corp \$650k  
75. Northwest Airlines \$650k  
76. Aventis \$650k  
77. First Energy \$640k  
78. Reliant Energy \$640k  
79. Walt Disney \$640k  
80. WalMart \$630k  
81. Cisco Systems \$630k  
82. Texas Utilities \$630k  
83. AEI Resources \$630k

84. Westwood One \$620k  
85. Amgen \$600k  
86. K Mart \$590k  
87. UAL Corp \$570k  
88. Home Depot \$560k  
89. Duchossois Inds \$550k  
90. Archer Daniels Midland \$530k  
91. Edison Int'l \$530k  
92. Ford \$510k  
93. General Motors \$510k  
94. Daimler Chrysler \$500k

