



SENADO FEDERAL
INSTITUTO LEGISLATIVO BRASILEIRO – ILB

GUSTAVO DA ROCHA BRIXIUS

LOBISTAS DIGITAIS:
O CASO DO PDS Nº 52/2014

Brasília
2015

GUSTAVO DA ROCHA BRIXIUS

LOBISTAS DIGITAIS:
O CASO DO PDS Nº 52/2014

Trabalho final apresentado para aprovação no curso de pós-graduação *lato sensu* em Comunicação Legislativa realizado pelo Instituto Legislativo Brasileiro como requisito para obtenção do título de especialista em Comunicação Legislativa

Área de Concentração: Poder Legislativo, sociedade e instituições

Orientadora: Eleonora Stanziona Viggiano

Brasília

2015

GUSTAVO DA ROCHA BRIXIUS

LOBISTAS DIGITAIS:
O CASO DO PDS Nº 52/2014

Trabalho apresentado ao Instituto Legislativo Brasileiro - ILB como pré-requisito para a obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *lato sensu*, na área de Comunicação Legislativa

Brasília, de de 2015

Banca Examinadora

Professora Eleonora Stanziona Viggiano (Orientadora)

Professor Paulo Ricardo dos Santos Meira (Avaliador)

DEDICATÓRIA

A Alda e Thaís, minhas amadas
incentivadoras, que me apoiaram durante todo
o percurso.

AGRADECIMENTO

À colega e orientadora Eleonora Stanziona Viggiano pelas instruções e incentivo.

Aos colegas e amigos da turma do Curso de Especialização em Comunicação Legislativa pelos momentos divertidos e pela cooperação ao longo do curso.

Aos colegas e amigos da Coordenação de Publicidade e Marketing do Senado Federal pelo apoio.

A todos que, direta ou indiretamente, colaboraram na execução deste trabalho.

EPÍGRAFE

A revolução não acontece quando a sociedade adota novas tecnologias – acontece quando a sociedade adota novos comportamentos.

Clay Shirky

RESUMO

Devido às transformações e inovações proporcionadas pelas novas redes sociais surgidas na internet, principalmente no campo da comunicação social, é válido observar como os cidadãos utilizam as mídias sociais para dialogar com a classe política e defender seus interesses. Com o objetivo de examinar como e se as mídias sociais são aproveitadas pelos cidadãos no engajamento político e exercício da cidadania, o presente estudo de caso analisa a hipótese da formação de grupos de pressão no Twitter para pressionar as decisões dos parlamentares. Assim, foi observada a mobilização dos cidadãos em torno da tramitação do Projeto de Decreto Legislativo nº 52 de 2014, que sustava a proibição do uso das substâncias anfepramona, femproporex e mazindol, seus sais e isômeros. A partir da análise das mensagens (tuítes) publicadas pelos cidadãos no Twitter é possível concluir que os indivíduos efetuam o chamado *lobby* de base e utilizam tal canal como instrumento para promover a defesa de seus interesses. Apesar de o estudo não ser conclusivo em relação ao impacto causado no Poder Legislativo por tal mobilização, nota-se que a cidadania ganhou um aliado: as ferramentas digitais.

Palavras-chave: Internet. Lobby. Mídias sociais. Política.

ABSTRACT

Due to the transformations and innovations brought by new social networks that emerged with the internet, especially in the field of social communication, worth mentioning social medias application by citizens to interact with the politicians and also to defend their interests. In order to examine how and whether the social medias are utilized by citizens to influence the governmental decisions and promote citizenship strengthening, this study examines the hypothesis of the formation of pressure groups on Twitter for induce the decisions of the congressmen and senators. Thus, it observed the mobilization of citizens during the procedure of the Project of Legislative Decree nº 52 of 2014, which suspend the banning of the substances amfepramone, fenproporex and mazindol, their salts and isomers. Based the analysis of the messages (tweets) posted by citizens on Twitter it can be concluded that individuals perform the grassroots lobbying and use that channel as an assisting tool to defend their interests. Although the study was not conclusive upon the impact caused on the Legislative Branch by such mobilization, it was found that citizenship has gained an ally: digital tools.

Keywords: Internet, Lobby, Politics, Social media.

LISTA DE FIGURAS

Imagem 1 – Twitter	38
Imagem 2 - Repercussão com a aprovação	40
Gráfico 1 – Mensagens mencionando o PDS 52/2014 durante 2014	42
Imagem 3 - Defensores do PDS 52/2014	43
Imagem 4 – Médicos mobilizados	44
Imagem 5 – Médicos mobilizados	44
Imagem 6 - Cidadãos mobilizados	45
Imagem 7 - Apoio nas urnas	46
Imagem 8 - Cidadãos e eleitores	47
Imagem 9 – Usuário convoca outros usuários	47
Imagem 10 - Cidadãos atuando em conjunto no Twitter	48
Imagem 11 - Agindo de forma colaborativa	49
Imagem 12 - Agindo de forma colaborativa	50
Imagem 13 – Mensagem direcionada a um senador	52
Imagem 14 – Pressão sobre o Senado Federal	52
Imagem 15 – Uso de imagens para pressionar o Senado Federal	53
Imagem 16 – Pressão durante a Copa de 2014	54
Imagem 17 – Escolha de imagens para sensibilizar.....	55
Imagem 18 - Argumentos dos cidadãos	56
Imagem 19 - Argumentos dos cidadãos	57
Imagem 20 - Senador e cidadã interagem	59
Imagem 21 - Conversa entre cidadão e senador	60

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Histórico Cronológico	36
Tabela 2 – Porcentagem de tuítes direcionados aos parlamentares	51
Tabela 3 - Ocorrência dos termos utilizados	58

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	21
2. REFERENCIAL TEÓRICO	
2.1. OS CIDADÃOS E A POLÍTICA DIGITAIS	23
2.2. POLÍTICA DIGITAL	24
2.3. CIDADÃOS DIGITAIS E AS MOBILIZAÇÕES VIRTUAIS: O PODER DE IMPACTAR O MUNDO REAL	27
2.4. OS GRUPOS DE PRESSÃO	30
2.5. O <i>LOBBY</i> DE BASE	31
2.6. DEFENDENDO INTERESSES	32
3. METODOLOGIA	
3.1. O PDS Nº 52 DE 2014	35
3.2. O TWITTER COMO FERRAMENTA	37
3.3. OBSERVANDO LOBISTAS DIGITAIS NO TWITTER	39
4. ANÁLISE DOS DADOS	
4.1. OS INTERESSADOS NO PDS 52/2014	43
4.2. ARTICULAÇÃO	47
4.3. PRESSÃO	51
4.4. INTERAÇÃO	59
5. CONCLUSÃO	61
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
APÊNDICE	67
ANEXO	69

1. INTRODUÇÃO

A internet revolucionou a comunicação em vários aspectos, trazendo novas formas de se comunicar. Desde seu princípio ela vem permitindo formas cada vez mais práticas e ágeis de interação entre os indivíduos e entre estes e as organizações. Assim, é fato que a sociedade busca aprofundar e expandir cada vez mais as relações proporcionadas por meio da rede mundial de computadores, principalmente com o uso cada vez maior das mídias sociais, que causaram a evolução do *networking* e agilizaram a comunicação, organizando e expandindo os relacionamentos interpessoais.

Clay Shirky exemplifica, no capítulo dois de seu livro “A Cultura da Participação” (2011), o potencial das novas mídias em impactar e transformar a realidade a partir da organização e mobilização dos indivíduos nas redes sociais virtuais em prol de um objetivo em comum. Shirky relembra o episódio ocorrido em 2008 na Coréia do Sul, quando meninas adolescentes iniciaram um movimento que se transformou em um grande protesto e mobilizou milhares de manifestantes sul-coreanos. Eles exigiam que o governo de Seul parasse de importar carne bovina dos Estados Unidos, ante o temor de que a carne pudesse causar a nova variante da Doença de Creutzfeldt-Jakob, conhecida popularmente como a doença da vaca louca. Uma manifestação pacífica iniciada e articulada virtualmente por meninas de 14 anos de idade culminou em um pedido de desculpas do presidente sul-coreano, demissão em massa de ministros e a negociação de restrições adicionais à importação da carne bovina vinda do país norte-americano.

Logo, nota-se que as mídias sociais promoveram a expansão e o fortalecimento da comunicação de modo geral, trazendo benefícios e permitindo que os relacionamentos entre as instituições governamentais e os cidadãos fossem facilitados e acelerados. Considerar o potencial que as novas mídias e as mobilizações virtuais possuem para uma cidadania ativa e participativa é fundamental quando se pensa em soluções para melhorar a representatividade em um Estado democrático. Considerando a crescente expansão das redes sociais virtuais, em escala mundial, é importante conhecer melhor o modo como os internautas percebem e utilizam as mídias sociais quando interagem entre si e também com as instituições governamentais. Para tanto, é necessário examinar o modo como os cidadãos fazem uso das mídias sociais para contatar o Poder Legislativo e os parlamentares numa tentativa de participar de forma mais prática, ágil e direta do processo legislativo.

Em razão disso, é necessário compreender como os cidadãos digitais organizam-se e quais são os métodos utilizados para pressionar a classe política, no espaço virtual, e influenciar as decisões legislativas dos parlamentares no âmbito do Congresso Nacional em relação aos temas de seu interesse. Como o *lobby* de base requer a atuação em grupo para garantir sua efetividade e as novas mídias sociais facilitam essa organização em grupos, observar se os cidadãos também se articulam para fazer uso do *lobby* de base como estratégia, além de necessário para os objetivos deste trabalho, serve para perceber o grau de engajamento dos cidadãos dentro das mídias sociais.

Como as redes sociais virtuais são um fenômeno relativamente novo e as mudanças e revoluções digitais ocorrem muito rapidamente, com as novas gerações convivendo e amadurecendo dentro dessa nova realidade, é vital para qualquer organização que queira aproximar-se dos cidadãos acompanhar a evolução digital da sociedade. Analisar a forma como os cidadãos se comunicam com os perfis dos parlamentares e, também, com o perfil institucional do Senado Federal, no Twitter serve tanto para compreender melhor esse novo fenômeno, como para perceber como essa interação pode ser aperfeiçoada para melhor atender as demandas de uma sociedade que está mais conectada a cada dia.

Com base no fato de que quase metade da população brasileira utiliza a internet e que esse hábito vem aumentando, uma vez que os brasileiros passam quase cinco horas diárias conectados e o percentual de pessoas que acessam a internet todos os dias cresceu 11% em 2015¹, e também apoiado na ideia de que as novas mídias podem, sim, impactar o mundo real, já que pessoas “reais” conseguem, via redes sociais virtuais, coordenar e mobilizar outras pessoas para realizarem atividades no mundo real (SHIRKY, 2011), optou-se por realizar um estudo de caso dentro da realidade brasileira que enquadrasse não só o acompanhamento de uma matéria legislativa por parte dos cidadãos, mas também a mobilização desse grupo de cidadãos até a finalização da tramitação da matéria no Poder Legislativo.

Assim, decidiu-se por observar as ações dos usuários do Twitter com relação à tramitação do Projeto de Decreto Legislativo nº 52 de 2014 durante um período determinado para examinar como os cidadãos organizam-se para interagir com os parlamentares, orientando e demandando como as matérias legislativas devem ser votadas para que seus interesses sejam atendidos.

¹ Conforme a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, os dados da pesquisa anterior, de 2014, indicavam que 26% dos brasileiros utilizavam a internet todos os dias, sendo que esse percentual aumentou para 37% conforme os dados obtidos na pesquisa seguinte.

A *timeline*² dinâmica, atualizada constantemente com novas mensagens, a simplicidade e a instantaneidade com que se pode publicar um tuíte, são as características que sustentam o sucesso do Twitter³. São também as propriedades que atraem quem deseja realizar propaganda, como os grupos de pressão. Logo, a opção pelo Twitter, como objeto de análise, deve-se ao fato de que ele possibilita a interação social mais instantânea entre as redes sociais virtuais disponíveis atualmente, tendo uma disposição natural para facilitar e promover a conversação.

O índice⁴ de 80% dos seguidores ativos utilizando sua versão para *smartphones*⁵ evidencia sua mobilidade e praticidade. Assim, não é mero acaso que vários acontecimentos repercutem com intensidade no Twitter e, por esse motivo, a análise da comunicação nessa mídia social possibilita um exame atualizado da participação popular nas questões legislativas.

Examinando três aspectos da atividade dos grupos de pressão (a articulação, a pressão e a interação com o sujeito para qual é direcionada a pressão), entendidos como essenciais para que o *lobby* de base seja eficaz, o presente estudo teve como pretensão entender e examinar: 1) se os brasileiros estão utilizando as mídias sociais para participarem de maneira mais ativa na política; 2) como os cidadãos mobilizam-se no ambiente virtual para influenciar os parlamentares e defender seus interesses; e 3) se a pressão realizada nas mídias sociais alcança os parlamentares, ou seja, se ela é percebida por eles.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. OS CIDADÃOS E A POLÍTICA DIGITAIS

Do mesmo modo que o surgimento de novas tecnologias contribuiu para modificar o comportamento humano, principalmente no sentido da comunicação, como nos

² O termo refere-se, em tradução literal, à linha do tempo presente em diversas mídias sociais, que apresenta um histórico das publicações dos usuários, geralmente em ordem cronológica.

³ Site de *microblogging* e mídia social que possui mais de trezentos milhões de usuários e permite que os perfis publiquem mensagens de até 140 caracteres e interajam entre si.

⁴ Dados fornecidos pelo próprio Twitter. Disponível em: <<https://about.twitter.com/pt/company>>. Acesso em: 30 nov. 2014.

⁵ Aparelho de telefonia celular com funções avançadas semelhantes às encontradas em um computador pessoal.

casos da invenção e disseminação da impressão, do rádio, do cinema e da TV, a criação da internet, também, propiciou certas mudanças nas interações sociais e o seu sucessivo desenvolvimento continua impactando o modo como os indivíduos comunicam-se. O surgimento da internet acentuou a formação de redes sociais e, conseqüentemente, a formação de grupos colaborativos. Assim, a interação virtual entre as pessoas ou grupos estimula a formação da “inteligência coletiva, que não apenas poderia resolver problemas em grupo, coletivamente, mas igualmente trabalhar em função ou benefício de um indivíduo.” (GUZZI, 2010, p. 70)

Ainda nesse sentido, é necessário considerar que as novas mídias, com o uso crescente de aparelhos como *smartphones* e *tablets*⁶, facilitaram e promoveram a dispersão e a onipresença comunicacional. Ou seja, a propagação horizontal das informações, de muitos para muitos, em praticamente todos os locais urbanos, permitiram que boa parte dos cidadãos acessem a qualquer momento essas informações e comuniquem-se, disseminando outras informações, estabelecendo um diálogo de forma simples e descomplicada.

Portanto, na atual fase de transformações midiáticas, a existência de vários canais e mídias onde os diálogos e a comunicação ocorrem, somada à presença de vários interlocutores, que estabelecem e fomentam as discussões e trocas de informações, permitindo que um número maior de participantes falem e sejam ouvidos é politicamente importante porque, apesar de algumas vozes falarem mais ou serem mais notadas, nenhuma fala está dotada de inquestionável autoridade. (JENKINS, 2006)

2.2. POLÍTICA DIGITAL

Em nível mundial observa-se uma crescente insatisfação com a democracia representativa justamente porque os cidadãos entendem que ela não é representativa o suficiente. De fato, inúmeros sistemas políticos continuam funcionando à mesma maneira da época de sua fundação, por volta do século XIX. Mas essa forma de democracia atravessa uma fase de mudanças, principalmente devido às novas gerações que já convivem desde pequenas com a era digital e conseguem entender e aproveitar melhor os recursos das novas tecnologias.

⁶ Computador portátil semelhante a um laptop, mas não possui teclado físico e tem tela sensível ao toque.

Aparentemente, alguns políticos, acostumados ao sistema político tradicional têm tentado acompanhar as mudanças utilizando as novas mídias sociais para se aproximarem e interagirem mais com os cidadãos. Mas outros não. Henry Jenkins (2006, p. 208-209, tradução nossa) prevê que a “democracia digital será descentralizada, desigualmente dispersa, profundamente contraditória e surgirá lentamente.”⁷ É fato que a política caminha para uma transformação causada pela sequência de inovações tecnológicas desde o surgimento da internet, principalmente devido às mudanças na forma como os indivíduos comunicam-se e organizam-se.

Quando são analisadas as mudanças que ocorreram devido às evoluções dos meios de comunicação, percebe-se que a interação proporcionada pela internet e a consequente consolidação da comunicação de duas vias foi uma inovação muito significativa. Sob essa perspectiva, e lembrando que o homem é um “animal político” (ARISTÓTELES, 2007), vale ressaltar a importância da interatividade para a esfera política, uma vez que os indivíduos perceberam que suas capacidades de desempenhar seu papel de cidadão foram facilitadas e ampliadas.

O parlamento, espaço natural da democracia representativa, assemelha-se à internet enquanto arena de discussões e debates sobre os temas políticos da sociedade que representa. Ele é o espaço para que seus membros discutam e definam os rumos políticos, transformando a sociedade que representam e, conseqüentemente, a rotina dos cidadãos que formam essa sociedade. A internet é um marco comunicacional, porque favorece a troca de informações e experiências, interligando, em questão de segundos, pessoas que estão distantes umas das outras milhares de quilômetros, permitindo que, em países livres de censura, diálogos e discussões ocorram e transformem as pessoas que participam deles.

O ambiente virtual possibilitou a circulação de uma quantidade imensurável de informações e dados em múltiplos sentidos. Também permitiu que o indivíduo possa não apenas acessar ou absorver informações, recebendo conteúdo, como também criar e distribuir informações, produzindo conteúdo. Drica Guzzi (2010, p. 70) aponta que

Sendo capazes de se exprimir, são muitos os que agora devem ser ouvidos e participar de deliberações num processo que caminha para modelar um novo modo de pensar a democracia mundial, com uma democracia eletrônica a seu serviço, através de um *e-engajamento*, de uma *e-participação*, e de um

⁷ Texto original: “digital democracy will be decentralized, unevenly dispersed, profoundly contradictory, and slow to emerge.”

e-governo na nova *e-democracia*, termos que já se consolidam com o uso corrente no vocabulário da internet. (GUZZI, 2010, p.70)

Mas as diferenças entre internet e parlamento são muito maiores do que qualquer semelhança, até porque possuem funções bem diferentes. No caso do Brasil, o Poder Legislativo tem como principal objetivo a criação das leis que visam regular o cotidiano do Estado e seus cidadãos. O Congresso Nacional, por exemplo, é o espaço onde os deputados federais e os senadores eleitos representam os interesses, não somente de seus eleitores mas de todos brasileiros, trabalhando pelo desenvolvimento do país. Assim, o modelo atual do sistema democrático apoia-se na confiança que o eleitor deposita em seu representante ao votar, acreditando que, caso eleito, o candidato irá agir de acordo com suas ideias e de maneira transparente e lícita.

Nesse sentido, o voto é uma escolha incerta, pois uma vez exercendo o mandato, o representante pode agir exatamente como a grande maioria de seus eleitores espera ou agir considerando apenas seus próprios interesses, desconsiderando em maior ou menor grau os desejos de seu eleitorado. No Brasil, a responsabilização, no sentido da *accountability*⁸, dos políticos e agentes governamentais, por parte da população, ainda é muito incipiente. O sistema político brasileiro desconsidera a participação popular para além do voto, referendo e plebiscito.

Mas essa é uma realidade que vem se transformando, graças às novas tecnologias, e a sociedade começa a adotar comportamentos que podem ser entendidos como pequenos rompimentos do *status quo*, num movimento de cidadãos que notam que é possível estabelecer novas formas de relação com o poder e os detentores do poder. Conforme aponta Javier Cremades (2009, p.28) “os poderes públicos necessitam governar em constante diálogo com uma cidadania que tem descoberto o micropoder de intervir na ‘coisa pública’.”

É importante destacar que o *lobby*, mais especificamente o *lobby* de base, não afronta o sistema político existente. Se outras ações políticas coletivas podem visar uma modificação radical da estrutura política, o lobismo utiliza a estrutura existente apenas para alcançar seus objetivos. Enquanto o ativismo pode ser radical e transgressor, o *lobby* de base apoia-se na pressão pelo discurso. Jandrê Batista conceitua o ativismo como uma ação política

⁸ Oriundo da língua inglesa e sem tradução exata para o português, o termo *Accountability* é entendido como uma obrigação de prestação de contas por parte dos agentes públicos como forma de responsabilização pelos atos praticados. O próprio termo responsabilização é utilizado como tradução em alguns casos.

indireta: “Uma ação política direta seria entendida pelos processos políticos formais de participação popular, como o ato de votar, ao passo que a indireta se definiria pelas manifestações, pelas formas de protesto como greve, subversão, boicote etc.” (2012, p. 30) Assim, o *lobby* de base pode ser compreendido como uma das formas de ativismo. Contudo, quem realiza o ativismo não necessariamente realiza o *lobby* de base.

2.3. CIDADÃOS DIGITAIS E AS MOBILIZAÇÕES VIRTUAIS: O PODER DE IMPACTAR O MUNDO REAL

Se o próprio sistema político não dá mais poder ao cidadão, a tecnologia o faz paralelamente. O encontro das inovações midiáticas com a política já pode ser percebido com o surgimento de *sites* que buscam empoderar o cidadão e incrementar a participação e a interatividade para que a democracia fique menos representativa e mais direta.

No Brasil, o Congresso Nacional permite que o cidadão utilize os meios eletrônicos para participar dos debates e da criação das leis. Acessando os portais e-Democracia, da Câmara dos Deputados e o e-Cidadania, do Senado Federal, as pessoas podem enviar comentários e opinar sobre os projetos que estão sendo debatidos pelos congressistas e também sugerir ideias para projetos de lei.

Um outro exemplo é o caso do site brasileiro Vote na Web (www.votenaweb.com.br), que visa estimular os brasileiros a acompanharem os projetos de lei que tramitam no Congresso Nacional aprovando ou reprovando tais projetos e também tecendo comentários. Um projeto semelhante também pode ser observado no endereço www.democracyos.org, o Democracy OS, uma plataforma *open source*⁹ que está em desenvolvimento e quando for finalizada ficará a disposição dos parlamentos para ser utilizada como ferramenta de participação popular online na tomada de decisões.

Os criadores do Democracy OS também foram responsáveis por criar, na Argentina, o Partido de La Red, um partido político que propõe um novo modelo de participação cidadã, um modelo híbrido que une a democracia direta e a democracia representativa. Conforme é explicado no site do partido, seus membros deverão votar de acordo com o que for decidido pelos internautas na plataforma Democracy OS. Ou seja, se o

⁹ O termo refere-se a um programa de código aberto, ou seja, é um software que é distribuído gratuitamente e pode ser modificado.

voto dos internautas for favorável, o voto formal dos membros do Partido de La Red no âmbito do Poder Legislativo também terá que ser favorável.

Tais evoluções são saudáveis do ponto de vista da cidadania porque viabilizam uma democracia mais participativa, permitindo que os cidadãos, ao verem que suas atitudes virtuais tenham repercussão na realidade, sintam-se estimulados a participar mais e trabalhar em conjunto com os governantes em prol de uma sociedade que se desenvolve baseada na opinião de vários dos indivíduos que a integram. Nessa direção, destaca-se o pensamento de Cremades:

As redes que unem os cidadãos, à margem das estruturas políticas clássicas (partidos e instituições) – porém não contra elas –, não são uma intromissão perturbadora, nem sequer nas situações em que essa atuação signifique um boicote das propostas dos partidos: claramente porque a ignorância é um mal, e a informação, um bem que não pode ser visto com reservas. (2009, p.178)

Podem existir aspectos negativos nesse novo panorama que surge, como a hipótese de que muitos atores opinando, cada um com uma opinião diversa, dificultaria o avanço de uma ideia num determinado sentido e travaria o avanço do debate por falta de consenso. Segundo Raquel Recuero (2009, p. 82), “cooperação, a competição e o conflito não são, necessariamente, processos distintos e não relacionados. São, sim, fenômenos naturais emergentes das redes sociais.” Apesar disso, a ampliação de um debate, que envolva um número maior de participantes, ainda que nada seja decidido, é um progresso.

À medida que a própria classe política aumente seu interesse pelas redes de comunicação já estabelecidas no ambiente virtual e passem a interagir com os internautas em busca de maior visibilidade, também será crescente a influência e importância que essas mobilizações virtuais terão para as decisões políticas dos governantes, uma vez que estes estarão mais atentos ao desenrolar das atividades nas redes, pois é nesse local que os grupos de pressão criam um espaço de deliberação dotado de comunicação autônoma que está além do controle daqueles que dominam o poder da comunicação, transformando-se, em última instância, em um espaço político (CASTELLS, 2013).

Dentre as mais variadas formas de comunicação proporcionadas pelos recentes avanços tecnológicos, as redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram têm crescido, consolidando o poder das relações interpessoais que ocorrem por intermédio eletrônico. Ficou mais fácil reencontrar antigos colegas de escola da infância ou entrar em contato com

empresas para saber onde existe uma assistência técnica, por exemplo. Agilidade e alcance são os fatores que diferenciam essas redes de outras.

A mobilidade dos *smartphones* permite que as pessoas estejam permanentemente conectadas umas às outras. Um cidadão pode contatar o próprio filho, um vizinho ou até mesmo o prefeito do local onde mora de modo fácil e rápido. Alcançar quem antes só era visível num jornal ou aparelho de TV foi uma mudança significativa. Conversar com um senador ou governador por meio das novas redes sociais já é uma realidade, e isso, para a cidadania, é muito bom. O indivíduo aproxima-se dos políticos e dialoga em um mesmo nível com aqueles que possuem a legitimidade para exercer o poder. É o que Cremades denomina micropoder, que ocorre quando as pessoas passam a ter mais poder para intervir nas questões governamentais. Segundo ele:

A principal contribuição da revolução do micropoder à regeneração da democracia não é, portanto, nenhum avanço tecnológico, como poderia ser o voto eletrônico. Sua principal contribuição é tornar possível um verdadeiro diálogo social entre os cidadãos, e entre os cidadãos e os poderes públicos. O diálogo social pode, assim, converter-se, através das novas tecnologias, em peça-chave de um novo modelo democrático mais relacional e dialógico, ou seja, mais interativo. (CREMADES, 2009, p.28)

Os exemplos citados anteriormente, em consonância com a atuação dos cidadãos nas novas mídias sociais, local onde é mais visível a mobilização dos grupos de pressão em prol de interesses definidos e objetivamente direcionados ao poder, expressam um avanço em direção ao espaço público institucional, numa ação que corrobora o pensamento de Manuel Castells (2013, p. 33), segundo o qual “os movimentos sociais precisam abrir um novo espaço público que não se limite à internet, mas se torne visível nos lugares da vida social.”

É necessário ressaltar também que a mobilização e a formação de grupos com o mesmo interesse não é um comportamento recente da sociedade. O ímpeto pela cidadania e o aumento da participação na política pode ser algo recente para as pessoas, mas mobilizações e manifestações sempre ocorreram ao longo da história da humanidade. Como já foi exposto anteriormente, os diversos obstáculos existentes nas outras tecnologias da comunicação e que foram transpostos graças à difusão da internet, reconfigurou o comportamento dos indivíduos e das formas como eles estão se relacionando com as instituições e entre si. Clay Shirky (2012, p. 287) nos mostra que “(...) nos casos certos as pessoas estão dispostas e até ávidas por unir-se e influenciar o mundo. Motivação, energia e talento para a ação estão todos

presentes nesses tipos de grupo – o que não existia até recentemente era a capacidade de se coordenar com facilidade.”

O momento atual é um período de transição no qual as pessoas ainda estão experimentando as novas possibilidades comunicacionais e testando os limites dessa nova realidade, na qual bilhões de pessoas podem conversar entre si, em questão de segundos, produzindo e consumindo informações e, além disso, interagindo virtualmente, acabam por transformar a realidade, causando mudanças culturais.

2.4. OS GRUPOS DE PRESSÃO

O presente estudo observa que, dentre tantas inovações e possibilidades, o cidadão tem ao seu dispor vários instrumentos que podem ser utilizadas a seu favor para defender seus interesses. Concentrando a atenção no *lobby* de base, uma das formas do *lobby*, é possível perceber que esse método de influenciar as decisões políticas pode ser facilmente trazido e usado no ambiente virtual, nas novas mídias sociais, sem prejuízo das suas características ou resultados.

Com efeito, as mídias sociais que surgiram com a expansão da internet e, mais recentemente, com o avanço de uma internet cada vez mais *mobile*¹⁰, aquilo que ocorre dentro das redes sociais digitais fica cada vez mais visível e causa repercussão até mesmo nas mídias tradicionais, como em casos recentes de discriminação racial ou apologia ao crime, que surgem, em postagens, em perfis pessoais do Facebook e acabam sendo investigados pelas polícias e, também, pelo Ministério Público, após esses fatos transformarem-se em notícias veiculadas nas mídias tradicionais.

O fato de novas redes sociais formadas no meio digital serem entendidas como mídias sociais e, portanto, mídias que são canais de propagação de conteúdo, atrai a classe política para esse meio, a fim de aumentar a exposição de sua imagem e difundir seus projetos, ideias e discursos. Ao mesmo tempo, essa exposição maior deixa-a mais suscetível à interação com a sociedade, com o cidadão. Dessa forma, as interações e diálogos entre eleitos e eleitores são facilitados, promovendo naturalmente a comunicação de duas vias, num espaço que permite críticas, sugestões, indagações e elogios. Conforme indica Saïd Farhat (2007, p.

¹⁰ Palavra inglesa que pode ser traduzida com o termo móvel. Refere-se ao conceito de mobilidade, portabilidade.

294): “Nossos parlamentares andariam bem em ouvir, e não rejeitar liminarmente, como pressão indevida, o que dizem seus eleitores por esses meios. E por que não dizer?, por todos os demais meios a eles acessíveis.”

As mídias sociais são um ambiente propício para a ação dos grupos de pressão e para a utilização do *lobby* de base, porque facilitam a articulação desses grupos e a abordagem aos políticos, promovendo a comunicação e cooperação entre os indivíduos a um custo e rapidez que são insuperáveis pelos outros meios de comunicação.

2.5. O LOBBY DE BASE

Grupos de pressão podem ser definidos como grupos detentores dos meios humanos e materiais e disposição para promover seus objetivos até sua consecução (FARHAT 2007). Podem ser considerados ativistas com objetivos bem definidos e específicos e utilizam a comunicação como principal ferramenta de persuasão, trocando constantemente diversas informações com os agentes políticos e seus assessores, para tentar atingir suas metas. Como aponta Eduardo Patri (2011, p. 139):

Grupos de interesse, assim como indivíduos ou empresas, empregam uma variedade de técnicas e estratégias para promover seus interesses ou suas políticas. Apesar de poucos grupos terem força suficiente para conseguir que o Congresso Nacional e o poder executivo incorporem totalmente suas políticas e interesses na agenda do governo, muitos conseguem modificar, retardar ou mesmo impedir a aprovação de uma legislação ou regulamentação apresentando informações, dados técnicos e a visão do lado que será impactado pelas ações governamentais.

A atuação dos lobistas pode ocorrer de formas variadas. O *lobby* direto se dá quando representantes dos grupos de interesse atuam no Congresso Nacional, informando e dialogando diretamente com os parlamentares com o objetivo de influenciar e direcionar as decisões legislativas. Principalmente nos Estados Unidos, também verifica-se a existência de uma outra forma de *lobby*, conhecida como *grassroots lobbying*¹¹, onde os cidadãos pressionam os políticos por meio de cartas, telefonemas, e-mails e, mais recentemente, postando mensagens nos perfis dos políticos que já estão presentes nas redes sociais. No Brasil, o *grassroots lobbying* é traduzido como lobismo de base, uma vez que os cidadãos

¹¹ O termo refere-se a uma forma de *lobby* na qual pessoas ou grupos de pessoas atuam em conjunto e pressionam parlamentares ou outros agentes públicos enviando e-mails, fazendo ligações ou enviando cartas com o intuito de influenciar as decisões em favor de seus interesses.

utilizam os mesmos meios empregados naquele para influenciar os tomadores de decisões (FARHAT, 2007).

A principal diferença entre o *lobby* direto e o *lobby* de base está na forma como o contato com os parlamentares é realizado, conforme coloca Patri (2011, p. 143), o “*grassroots lobbying* – quando é feito um apelo ao público em geral para que este contate o governo ou membros do Congresso Nacional a respeito de uma legislação específica; e *lobbying* direto – quando o contato com o governo ou os membros do Congresso Nacional é realizado diretamente.”

O *lobby* de base pode ser considerado uma forma de propaganda direcionada à esfera governamental, buscando a

difusão deliberada e sistemática de mensagens destinadas a um determinado auditório e visando a criar uma imagem positiva ou negativa de determinados fenômenos (pessoas, movimentos, acontecimentos, instituições, etc.) e a estimular determinados comportamentos. A Propaganda é, pois, um esforço consciente e sistemático destinado a influenciar as opiniões e ações de um certo público ou de uma sociedade total. (BOBBIO, MATTEUCCI e PASQUINO, 1998, p. 564)

Associada às novas tecnologias, o *lobby* de base realizado nas mídias sociais aproxima o cidadão dos parlamentares e governantes, abrindo espaço para uma democracia mais direta e serve como ferramenta dos grupos de pressão utilizada estrategicamente na defesa dos seus interesses. Mais que um diálogo ou negociação, se executado em concordância com as leis em vigor, é uma forma legal de interagir com os agentes políticos que detêm o poder decisório, pois além de poder influenciar as ações desses agentes, podem servir para informá-los sobre outros aspectos de um determinado assunto, uma vez que o *lobby* também pode ser realizado por quem possui profundo conhecimento sobre um determinado tema.

2.6. DEFENDENDO INTERESSES

O Congresso Nacional é a arena onde desenvolvem-se os debates e diálogos que visam a regulação da União e a construção das leis que a norteará e, por consequência, influenciam e transformam a vida dos cidadãos e direcionam os rumos da sociedade. A democracia abrange uma multiplicidade de interesses e diversidade de grupos com diferentes ideias e objetivos. Assim, também é função do Parlamento brasileiro produzir as leis que

definirão a legalidade e a sistemática das relações entre os vários grupos e seus vários interesses, por vezes conflitantes. Conforme aponta Eduardo Patri (2011, p. 133), é preciso considerar “que em políticas públicas não existe o *win-win*¹², ou uma solução na qual todos sairão ganhando, algo falacioso e hipócrita, recorrente nos nossos processos decisórios: sempre existirão ganhadores e perdedores.” E para garantir que seus interesses não sejam afetados ou prejudicados, os diferentes grupos tentam influenciar as decisões políticas junto aos parlamentares.

Apesar de ainda não existir no Brasil normatização ou regulamentação que trate do lobismo e da atuação dos lobistas e grupos de pressão junto aos atores políticos para delimitar e estabelecer os parâmetros sob os quais podem atuar, de modo que diálogos e encontros entre representantes de diversos setores da sociedade e parlamentares ou outros agentes políticos ocorram em condições de igualdade e de maneira transparente, a fim de evitar ou facilitar, por exemplo, os crimes de corrupção ou advocacia administrativa, isso não significa que grupos interessados enviem negociadores, os chamados lobistas, para dialogar e estabelecer contato entre governo e as organizações privadas na tentativa de influenciar as decisões políticas do Estado. O *lobby* não deve ser entendido como uma simples pressão ou ação de politicagem perante os *decision-makers*:

Muitas pessoas pensam que lobby é algo ruim. Penso que há aí uma interpretação errônea, a qual ainda precisa ser corrigida no concernente ao público em geral. Lobby é parte essencial do governo representativo e deve ser encorajado e apreciado. Lobistas são, frequentemente, fonte de informação... Se você for independente... eles poderão explicar-lhe tudo o que determinado assunto envolve, e você pode tomar suas próprias decisões (CLAPP *apud* FARHAT, 2007, p. 53)

No grupo dos interessados em interferir ou direcionar a atuação dos membros da administração pública que tenham o poder decisório, sejam eles funcionários públicos ou políticos exercendo mandato, é possível encontrar representantes de praticamente toda a sociedade civil, desde organizações não governamentais, sindicatos e grupos religiosos até empresários, cidadãos e celebridades. Ou seja, qualquer cidadão pode ser considerado um lobista, ou potencial lobista. (PATRI, 2011)

¹² O termo refere-se a um evento que é benéfico para todos os envolvidos. Nessa situação, independente de qual sejam as ações realizadas ou o resultado, nenhum dos participantes é prejudicado e todos têm algum tipo de ganho.

É fundamental balizar o conceito de *lobby* aqui utilizado, uma vez que não há no Brasil uma norma legal que dê amparo para um entendimento definitivo. Também convém destacar que, além das pequenas variações conceituais, ocorrem diferentes interpretações sobre a legalidade da prática do *lobby* na realidade brasileira, devido à carência de regulamentação sobre o tema. O conceito adequado ao propósito deste trabalho é a descrição dada a seguir por Farhat (2007, p. 50), na qual o *lobby* é entendido como “toda atividade organizada, exercida dentro da lei e da ética, por um grupo de interesses definidos e legítimos, com o objetivo de ser ouvido pelo poder público para informá-lo e dele obter determinadas medidas, decisões, atitudes.”

Como se vê, não é a falta de uma lei que regule a atividade que implica na sua inexistência ou ilegalidade, pelo contrário, a inexistência de limites ou obstáculos estimula que vários grupos atuem concomitantemente em prol de interesses diversos ou comuns no intuito de transformar as decisões governamentais. É preciso salientar que as posições conflitantes entre determinados grupos não é intencional, na maioria das vezes. Os grupos de pressão buscam, primordialmente, defender aquilo que entendem como melhor para o grupo. Portanto, percebe-se que não existe uma pressão para que alguém seja prejudicado, mas sim para um benefício próprio. O prejuízo, quando se trata de *lobby*, é uma consequência.

Conforme a definição proposta por Bobbio, Matteucci e Pasquino (1998, p564), o “*lobbying* é portanto e sobretudo uma transmissão de mensagens do grupo de pressão aos *decision-makers*¹³”. Assim, ele deve ser compreendido como uma atividade normal dentro da democracia representativa, pois a vida em sociedade é algo complexo e o objetivo dos governantes de um país com governo democrático, é garantir o bem-estar para a maioria da população, optando pelo que é melhor para a sociedade .

O ser humano é naturalmente competitivo e comunicativo e, portanto, defender seus interesses faz parte da natureza humana. O lobismo não pode ser entendido como uma atitude desleal e sim como elemento de persuasão pertencente ao meio social. Portanto, o presente estudo percebe o *lobby* de base como um método legítimo, à disposição de qualquer indivíduo ou grupo de interesse, para persuadir, informar ou pressionar os *decision-makers* e influenciar as decisões tomadas por estes.

¹³ O termo refere-se ao ocupante de cargo de direção ou alto nível hierárquico dentro de uma organização que detém o poder e a competência para tomar decisões e definir uma situação.

3. METODOLOGIA

3.1. O PDS Nº 52 DE 2014

Ainda que o Conselho Federal de Medicina tenha manifestado posição favorável quanto à utilização dos medicamentos, em 2011 a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), proibiu a produção e a venda dos medicamentos inibidores de apetite que possuíam como princípio ativo anfepramona, femproporex e mazindol.

A proibição da comercialização dos inibidores de apetite atingiu, além dos laboratórios produtores, os pacientes que utilizavam as substâncias para o tratamento da obesidade. Foram estes que demonstraram grande insatisfação com a atitude da agência reguladora e se sentiram fortemente prejudicados pela resolução da Anvisa que banuiu os anorexígenos.

Com a intenção de observar como ocorre o *lobby* de base nas novas mídias sociais e examinar a pressão realizada pelos cidadãos perante o Poder Legislativo, o presente estudo de caso optou por analisar as mensagens publicadas no serviço de *microblogging* do Twitter, com o método de pesquisa documental proposto por Antônio Gil (2010, p. 31):

A modalidade mais comum de documento é a constituída por um texto escrito em papel, mas estão se tornando cada vez mais frequentes os documentos eletrônicos, disponíveis sob os mais diversos formatos. O conceito de documento, por sua vez, é bastante amplo, já que este pode ser constituído por qualquer objeto capaz de comprovar algum fato ou acontecimento.

Assim, os documentos considerados objeto de estudo, neste trabalho, são as mensagens publicadas, em meio eletrônico, no Twitter com o termo “PDS52”, que se refere ao projeto de decreto legislativo, relativo ao assunto dos inibidores. Tais mensagens foram analisadas quantitativamente e qualitativamente. Como o referido projeto teve a tramitação iniciada no mês de abril e finalizada no mês de setembro de 2014, optou-se pelo recorte temporal desse mesmo ano visando observar a atuação dos cidadãos enquanto grupo de pressão ao longo de toda a tramitação do projeto.

O Projeto de Decreto Legislativo nº 52 de 2014 começou a tramitar no Senado Federal em abril de 2014 e propunha a derrubada da proibição da comercialização dos medicamentos inibidores de apetite. Oriundo da Câmara dos Deputados, onde foi apresentado no dia 13 de agosto de 2013, o projeto visava sustar a Resolução - RDC nº 52, de 6 de outubro de 2011, da Anvisa, que dispunha sobre a proibição do uso das substâncias anfepramona, femproporex e mazindol, seus sais e isômeros, bem como intermediários e medidas de controle da prescrição e dispensação de medicamentos que contenham a substância sibutramina, seus sais e isômeros, bem como intermediários.

Após tramitar pelo Senado por pouco menos de seis meses, o projeto foi aprovado e promulgado em 4 de setembro de 2014 como Decreto Legislativo nº 273 de 2014. Com a chegada do Projeto de Decreto Legislativo nº 52/2014 no Senado Federal, que tinha a função de Casa Revisora, em abril de 2014, foi possível observar o comportamento de parlamentares e dos cidadãos no Twitter.

Tabela 1 - Histórico Cronológico

DATA	EVENTO
6/10/2011	RDC nº 52/2011 da Anvisa proíbe a produção e venda dos anorexígenos
18/3/2013	Deputado Beto Albuquerque apresenta o Projeto de Decreto Legislativo nº 1123/2013, que susta a RDC nº 52/2011, na Câmara dos Deputados
8/4/2014	O Projeto de Decreto Legislativo nº 1123/2013 é aprovado pelo plenário da Câmara dos Deputados
10/4/2014	O Projeto de Decreto Legislativo nº 1123/2013 é recebido no Senado Federal e passa a tramitar como Projeto de Decreto Legislativo nº 52/2014
2/9/2014	O Projeto de Decreto Legislativo nº 52/2014 é aprovado pelo plenário do Senado Federal
4/9/2014	Aprovado, o Projeto de Decreto Legislativo nº 52/2014 é promulgado pelo Congresso Nacional como Decreto Legislativo nº 273/2014
26/9/2014	Anvisa publica a RDC nº 50/2014, que determina novas medidas de controle para a comercialização, prescrição e dispensação dos inibidores de apetite

Fonte: Dados obtidos em www.camara.leg.br, www.senado.leg.br e www.anvisa.gov.br e compilados pelo autor.

A título de informação, cabe destacar que, apesar da aprovação do PDS nº 52/2014 que derrubou a proibição da produção e comercialização dos medicamentos inibidores de apetite imposta pela Anvisa, com a RDC nº 52/2011, esta publicou nova resolução que condiciona a venda dos medicamentos com as substâncias anfepramona, femproporex e mazindol apenas para os medicamentos que tenham sua eficácia e segurança comprovadas por estudos apresentados pelos laboratórios no uso desses princípios ativos para o tratamento da obesidade.

Por isso, ainda hoje os pacientes que faziam uso desses remédios continuam sem poder realizar o tratamento com tais medicamentos uma vez que os laboratórios não atenderam as exigências da Anvisa.

3.2. O TWITTER COMO FERRAMENTA

O fato de que as novas tecnologias facilitam a execução das tarefas diárias, ao permitir que elas sejam executadas com mais agilidade, favorece e estimula a adoção das novas tecnologias e ferramentas digitais pela maior parte da população que tem condições de adquirir e utilizar as inovações trazidas pela evolução tecnológica.

Um pai de família hoje já foi uma criança que nasceu jogando videogames e pode classificar um determinado jogo de videogame como algo *cult* e uma referência como obra pelo seu aspecto educativo e estimulador do raciocínio e intelecto. Esse entendimento é bem mais raro de ser visto em um pai de família de duas décadas atrás, que consideravam um jogo de videogame um mero entretenimento infantil.

As mudanças comunicacionais oriundas da disseminação da internet são ainda mais impactantes, profundas e imprevisíveis. Uma simples ligação via *Skype* ou *Facetime*¹⁴, algo comum atualmente, seria impensável há cem anos atrás, quando iniciava a era do rádio e a televisão nem havia sido criada. Para os próximos cem anos a internet pode ser considerada uma invenção antiquada ou pode ser ainda a tecnologia mais adequada para a troca de informações, como o rádio ainda hoje é, em determinadas localidades onde não existe cabos

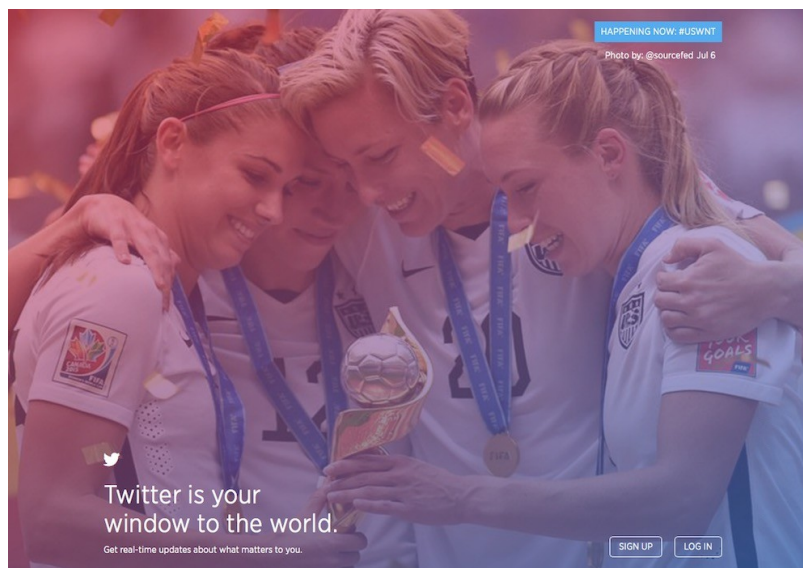
¹⁴ *Skype* e *Facetime* são aplicativos da Microsoft e da Apple, respectivamente, que realizam uma conexão de dados que transmite áudio e vídeo, ou seja, permitem a ligação por meio de vídeo-chamadas entre duas ou mais pessoas.

telefônicos ou eletricidade. O fato é que a cada dia mais pessoas são atraídas pela praticidade embutida nas novas invenções.

O Twitter eclodiu e consolidou-se como uma das principais mídias sociais. Ele conseguiu reunir três importantes aspectos: é gratuito, permite a comunicação instantânea e é simples de utilizar. Graças a isso, possui mais de trezentos milhões de usuários ativos mensalmente, foi traduzido para mais de trinta idiomas, publica quinhentos milhões de tuítes¹⁵ por dia e tem 80% de seus usuários ativos em plataformas móveis, que tuítam a partir de *smartphones* e *tablets*¹⁶.

É possível perceber que a adoção e adaptação em massa das inovações tecnológicas pelas novas gerações acaba por causar uma mudança cultural acelerada e que altera o comportamento da sociedade e resulta em material digno de análise para as ciências sociais. O período atual ainda é uma fase de transição, no qual culturas e sociedades ainda convivem e fazem uso de tecnologias analógicas e digitais. Nessa situação, muitas das inovações ainda não possuem credibilidade suficiente para serem tidas como tecnologia de referência, a ponto de substituir os antigos padrões. É o uso crescente e continuado que transformará algo inédito em um elemento rotineiro e padrão.

Imagem 1 - Twitter é sua janela para o mundo



Fonte: www.twitter.com

¹⁵ Mensagem de texto de até 140 caracteres publicada nos perfis do site de *microblogging* www.twitter.com.

¹⁶ Dados fornecidos pelo próprio Twitter. Disponível em: <<https://about.twitter.com/pt/company>>. Acesso em: 6 jul. 2015.

Desde a Primavera Árabe, os acontecimentos globais também acontecem no Twitter. As informações que circulam nessa mídia social e as interações que ocorrem ali, de maneira rápida e descomplicada, podem ser facilmente acessadas onde quer que se esteja. Essa comodidade estimula a participação constante nessa rede social virtual, que informa e permite informar.

Qualquer cidadão pode abraçar uma causa e manifestar sua opinião, defendendo com argumentos sua posição. O Twitter é, no âmbito da internet, um dos espaços mais utilizados para divulgar opiniões pessoais, pensamentos e comentários. Quando esses fatores são unidos, isto é, quando alguém que deseja se expressar sobre determinado assunto encontra um espaço, cujo objetivo é justamente permitir e incentivar que as pessoas comuniquem-se e manifestem suas ideias e pensamentos, ocorre a proliferação das conversas, debates e outras interações entre os indivíduos.

Tais características também facilitaram a expansão do Twitter, principalmente como ferramenta para expressar, transmitir e compartilhar pontos de vista e opiniões pessoais. Dessa forma, o uso dos perfis no Twitter, principalmente por celebridades, passou a se dar como uma forma de exprimir as ideias e opiniões pessoais sobre os mais diversos temas. Vários acontecimentos podem repercutir no Twitter e, quando algum assunto atinge os *trending topics*¹⁷, esses acontecimentos muitas das vezes acabam sendo noticiados nas mídias tradicionais justamente pela repercussão gerada pelos usuários do Twitter.

Para o presente caso percebe-se que a comunicação, a mobilização coletiva e a troca de informações necessárias aos indivíduos que compõem um grupo de pressão são facilmente realizadas pelo Twitter. Além disso, o caráter público dessa mídia ajuda a expandir o alcance e a repercussão das mensagens publicadas, contribuindo significativamente para a eficácia da ação desejada, ou seja, influenciar decisões.

3.3. OBSERVANDO LOBISTAS DIGITAIS NO TWITTER

Alegando que a cessação da venda dos medicamentos inibidores de apetite provocou a perda da qualidade de vida e, em casos mais graves, a piora da saúde com a possibilidade de morte nos casos em que a obesidade agrava ou causa outras doenças, como

¹⁷ São os assuntos com maior repercussão no Twitter em um determinado momento e representam os temas que estão sendo mais comentados e compartilhados pelos usuários.

hipertensão e diabetes, os cidadãos organizaram-se para pressionar os órgãos públicos competentes para reverter essa situação. Também foi possível observar a manifestação favorável à aprovação do projeto de decreto legislativo pela Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica (Abeso), uma entidade multidisciplinar sem fins lucrativos que tem por objetivo estudar a obesidade para disseminar a prevenção e o tratamento da doença.

Imagem 2 - Repercussão com a aprovação



Fonte: www.twitter.com

O objetivo foi analisar o modo como os cidadãos fizeram uso dessa mídia social para intervir no andamento da matéria em questão e pressionar os parlamentares envolvidos para que o decreto fosse aprovado. A imagem 2 serve como referência e dá uma noção sobre o interesse dos usuários do Twitter acerca do tema: quando o plenário do Senado Federal aprovou o PDS nº 52/2014, o tuíte do perfil oficial do Senado informando a aprovação foi retuitado 67 vezes, um número acima da média, o que demonstra que uma parcela significativa dos internautas acompanharam a tramitação da matéria.

A análise quantitativa buscou examinar a quantidade de mensagens publicadas ao longo do período para avaliar o tempo de duração em que os cidadãos interagiram e mantiveram em atividade o *lobby* de base. Também foi possível verificar a intensidade da mobilização, ao quantificar o número de tuítes publicados ao longo dos meses, percebendo a alteração do vigor da mobilização na escala temporal. Realizando a análise de conteúdo, foram examinadas a constância e a intensidade com que os tuítes e retuítes¹⁸ foram publicados, o que permitiu enxergar os contornos do *lobby* de base, referendando a existência dos chamados grupos de pressão no caso aqui estudado.

A análise qualitativa serviu para entender o comportamento e a forma como os indivíduos ou grupos interagem com os parlamentares, entre si e com as instituições. E, para o presente estudo, essa análise foi essencial para compreender como é realizada uma comunicação que pretende influenciar as decisões alheias. Para tanto, a análise do discurso das mensagens publicadas pelos cidadãos, parlamentares e instituições envolvidas nesse sistema foi realizada para apreender os potenciais de colaboração, de engajamento e de influência que as novas mídias sociais possuem. A partir da interação textual entre os envolvidos foi possível deduzir eventos de causa e efeito e compreender de que forma as mensagens permitem a criação de vínculos colaborativos, promovem o engajamento e repercutem ou influenciam as tomadas de decisões.

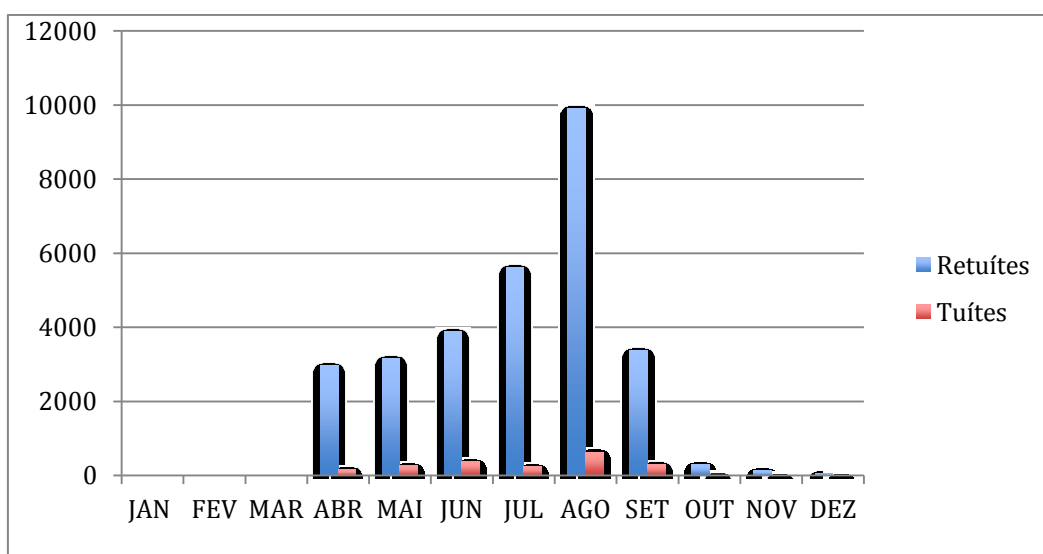
Ao todo, foram analisados 1.997 tuítes que foram publicados ao longo de um período de nove meses do ano de 2014, sendo que 98,8% desses tuítes estão concentrados num intervalo de seis meses, entre abril e setembro. Foram contabilizados 170 perfis autores dos tuítes que mencionavam o termo “PDS52”, categorizados como cidadãos (154 perfis), parlamentares (9 perfis) e entidades (7 perfis).

Ao longo do ano, o número de tuítes mencionando o termo “PDS52”, que referia-se ao Projeto de Decreto Legislativo nº 52 de 2014, passou de zero menções no primeiro trimestre do ano a 632 menções em agosto. Com uma média de pouco mais de 20 tuítes ao dia, as menções ao projeto alcançaram quase dez mil retuítes nesse mês, quando atingiu o pico, sendo que no mês seguinte, no dia 4 de setembro, o projeto foi aprovado e promulgado como Decreto Legislativo nº 273 de 2014.

¹⁸ O retuíte é a republicação de um tuíte publicado por outro perfil com a finalidade de compartilhar e divulgar a mensagem original para os seguidores do perfil que a retuitou.

Coincidindo com o início da tramitação do referido projeto no Senado Federal, as manifestações de cidadãos, deputados e senadores também eclodiram na internet. A partir desse momento até o final do ano houve repercussão sobre o tema. Pode ser percebido no gráfico 1 que o interesse e a pressão foram crescentes até o momento da votação do projeto, quando o termo “PDS52” deixa de ser tuitado uma vez que o projeto foi aprovado e deu origem ao Decreto Legislativo nº 273 de 2014.

Gráfico 1 – Mensagens mencionando o PDS 52/2014 durante 2014



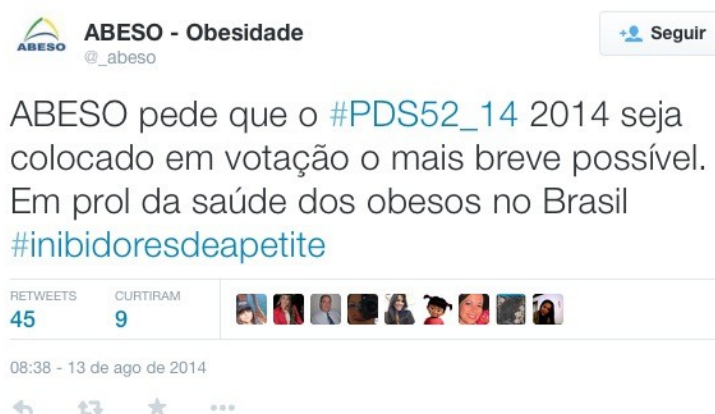
Fonte: Dados obtidos em www.twitter.com e compilados pelo autor

4. ANÁLISE DOS DADOS

4.1. OS INTERESSADOS NO PDS 52/2014

O que se observa nos grupos de pressão é que as pessoas, além de identificarem-se com o tema em questão, também atuam para defender princípios ou direitos que não trazem benefícios direta ou indiretamente a eles próprios. Os grupos de pressão podem ser formados para defender interesses que trarão benefícios para o coletivo, tendo como membros pessoas que serão diretamente beneficiadas por aquilo que defendem e, também, membros que acreditam que aquela posição que defendem é a melhor para o interesse coletivo, para o bem-estar comum.

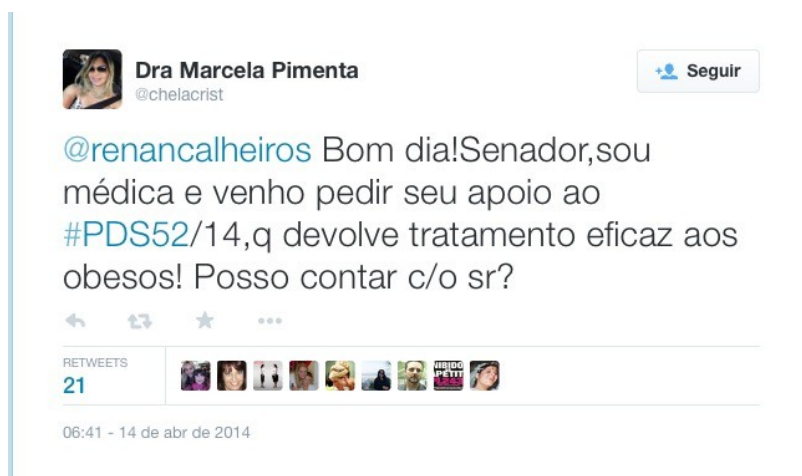
Imagem 3 - Defensores do PDS 52/2014



Fonte: www.twitter.com

Os mais de 150 cidadãos que publicaram os tuítes foram os maiores ativistas mobilizados na defesa da aprovação do referido projeto no Twitter e, pela forma como atuaram, foi possível caracterizá-los como um grupo de pressão. Neste estudo, detectou-se que boa parte dos cidadãos engajados na luta pela aprovação do PDS nº 52/2014 eram de pacientes que seriam diretamente beneficiados pela volta da comercialização dos medicamentos. Mas também verificou-se que membros da classe médica, que não seriam diretamente beneficiados pela aprovação do projeto de decreto legislativo, também, pressionaram os parlamentares, bem como associações como a Abeso, no exemplo apresentado na imagem 3.

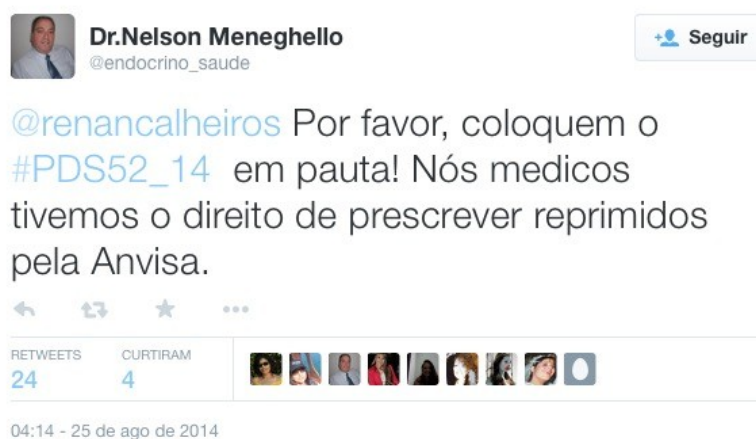
Imagem 4 – Médicos mobilizados



Fonte: www.twitter.com

Conforme as imagens 4 e 5, verifica-se que os médicos manifestaram o apoio ao PDS nº 52/2014, aliando-se aos obesos pela liberação da comercialização dos anorexígenos e aumentando o grupo de interesse que pressionava os congressistas. Apesar de não ser possível afirmar com certeza que os indivíduos que utilizaram o Twitter para defender seus interesses sejam, realmente, quem dizem ser, devido às características de anonimato e privacidade decorrentes das especificidades da internet, foram consideradas somente as mensagens dos perfis envolvidos no caso do PDS 52/2014. Assim, observa-se que alguns dos cidadãos se dizem médicos e, portanto, possuem, ainda que, minimamente, algum conhecimento técnico sobre o tema dos medicamentos inibidores de apetite.

Imagem 5 – Médicos mobilizados



Fonte: www.twitter.com

De modo geral, o aspecto técnico da liberação ou da proibição da fabricação e comercialização dos medicamentos que têm como princípio ativo as substâncias anfepramona, femproporex e mazindol foi pouco mencionado pelo grupo que defendia a aprovação do PDS nº 52/2014. Algumas das mensagens faziam alusão ao direito à saúde, ao sofrimento causado aos obesos que dependiam dos inibidores para seus tratamentos e, principalmente, à decisão da Anvisa, que eles alegavam ser injustificada.

Nessa linha, os cidadãos protestavam pela falta de acesso a medicamentos que combatessem e evitassem o agravamento da obesidade. Durante o período de ativismo, quando os cidadãos postavam diariamente as mensagens solicitando o apoio pela aprovação do PDS nº 52/2014, a linha de raciocínio adotada pelo grupo de pressão era a de que a falta desses medicamentos piorava as condições de saúde de quem estava em tratamento, pois a obesidade, além de ser considerada uma doença, agravava outras doenças crônicas como hipertensão e diabetes. Observa-se na imagem 6 que os tuítes citavam a supressão de um direito e que o interesse do grupo era agir para reaver esse direito.

Imagem 6 - Cidadãos mobilizados



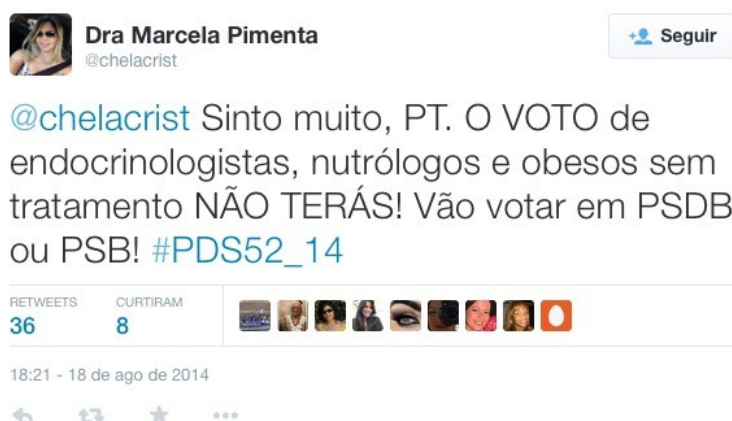
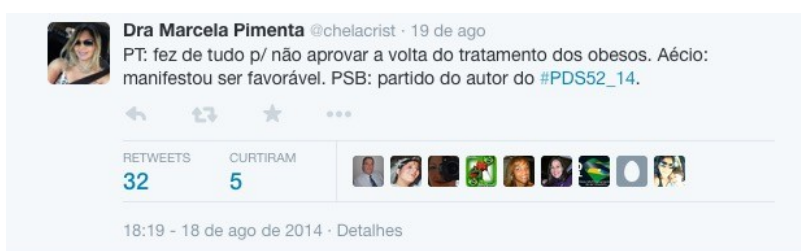
Fonte: www.twitter.com

Além de uma das mensagens mais comumente publicadas afirmar que a decisão da suspensão dos inibidores de apetite teria sido uma decisão autoritária da Anvisa,

considerando que tal decisão não possuía justificativa científica, a principal reivindicação realizada, por meio do Twitter abordava a importância do tratamento medicamentoso, sugerindo que a interrupção no tratamento deixava os pacientes desamparados e que a Anvisa não estudou nem planejou adequadamente a medida tomada. Os cidadãos anunciavam reiteradamente que a proibição das substâncias anfepramona, femproporex e mazindol não deixou alternativas a outros medicamentos inibidores de apetite.

Cabe destacar que, como 2014 foi ano eleitoral para eleição do presidente da república, dos governadores, dos deputados federais e estaduais e dos senadores, o voto foi utilizado como mecanismo de pressão. Os cidadãos que pressionavam pela aprovação do PDS nº 52/2014 lembraram diversas vezes aos parlamentares que também eram eleitores e que considerariam as atitudes dos deputados e senadores em relação à votação do projeto de decreto legislativo na hora de escolher o candidato em que votariam.

Imagem 7 - Apoio nas urnas



Fonte: www.twitter.com

Não surpreende o fato de que os maiores interessados foram os que se mobilizaram e realizaram com veemência a pressão pela aprovação do projeto de decreto. Os próprios obesos e familiares de obesos atuaram de forma praticamente ininterrupta, publicando diariamente tuítes direcionados aos parlamentares demandando a aprovação.

Imagem 8 - Cidadãos e eleitores



Fonte: www.twitter.com

4.2. ARTICULAÇÃO

O simples fato de o Twitter ser um site, com endereço fixo na internet, ou seja, é um local determinado, aberto e fixo para onde os usuários ou mesmo não usuários do Twitter podem ir e acessar as informações ali presentes, já proporciona e facilita a acessibilidade e a convergência dos cidadãos que queiram mobilizar-se.

Imagem 9 – Usuário convoca outros usuários



Fonte: www.twitter.com

O Twitter é um serviço de *microblogging* que possibilita aos seus milhões de usuários o compartilhamento instantâneo de mensagens, facilitando a comunicação e agilizando a formação de vínculos entre os usuários. Tal característica proporciona a rápida formação e difusão de múltiplas redes sociais, tornando-o uma mídia social simples de utilizar, ágil e praticamente onipresente, uma vez que é acessada a partir de dispositivos móveis, como *tablets* e *smartphones*, por 80% dos usuários ativos. Conforme descrito no site do próprio, a missão do Twitter é conceder a todos o poder de criar e compartilhar ideias e informação instantaneamente, livre de obstáculos, como pode ser visto na imagem 10.

A mobilidade e o recurso de notificação presente nos aparelhos celulares permitem que as pessoas saibam instantaneamente o que está acontecendo, estejam elas em casa, na rua ou trabalhando. O que ocorre é que elas desconectam-se dessas atividades apenas quando desejam, promovendo uma espécie de engajamento *full-time* para agir em prol de seus interesses, acentuando seus esforços e reforçando a capacidade de atuação do grupo de pressão.

Imagem 10 - Cidadãos atuando em conjunto no Twitter



Fonte: www.twitter.com

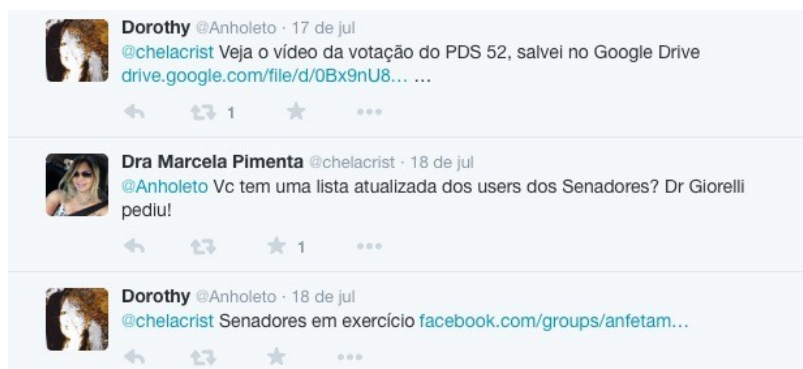
Os perfis dos usuários podem interagir entre si, trocar mensagens diretas, compartilhar informações, acompanhar outros perfis que sejam de seu interesse e organizar os perfis que seguem classificando-os em diferentes listas. Um cidadão pode, por exemplo, seguir vários perfis que divulgam notícias, como jornais e revistas, e classificá-los em uma lista denominada “notícias”, onde seriam visualizados apenas os tuítes publicados por esses perfis de imprensa. Da mesma forma, poderiam ser classificados todos os perfis oficiais de deputados federais e senadores para acompanhar as atividades desses parlamentares.

Assim, uma das principais necessidades do *lobby* de base, que seria a articulação de um grupo considerável de cidadãos para pressionar, de forma organizada e sincronizada, os tomadores de decisão, é suprida de forma natural pelos serviços disponibilizados naquela mídia social.

No caso estudado aqui, foi observado que os cidadãos utilizaram seus perfis pessoais no Twitter para organizar a forma como eram feitas as publicações que pediam e pressionavam pela aprovação do PDS nº 52/2014 e, também, articular o compartilhamento e direcionamento das mensagens de forma a conseguir que mais pessoas se mobilizassem nessa diligência.

Conforme a imagem 11, percebe-se que as pessoas cooperavam entre si para a troca de informações e conteúdo. Essa forma de compartilhamento de dados corrobora a teoria de que as mídias sociais desenvolveram uma forma prática e de baixo custo para interagir com os parlamentares, divulgando seus objetivos e pressionando a classe política nos assuntos de interesse do grupo de pressão.

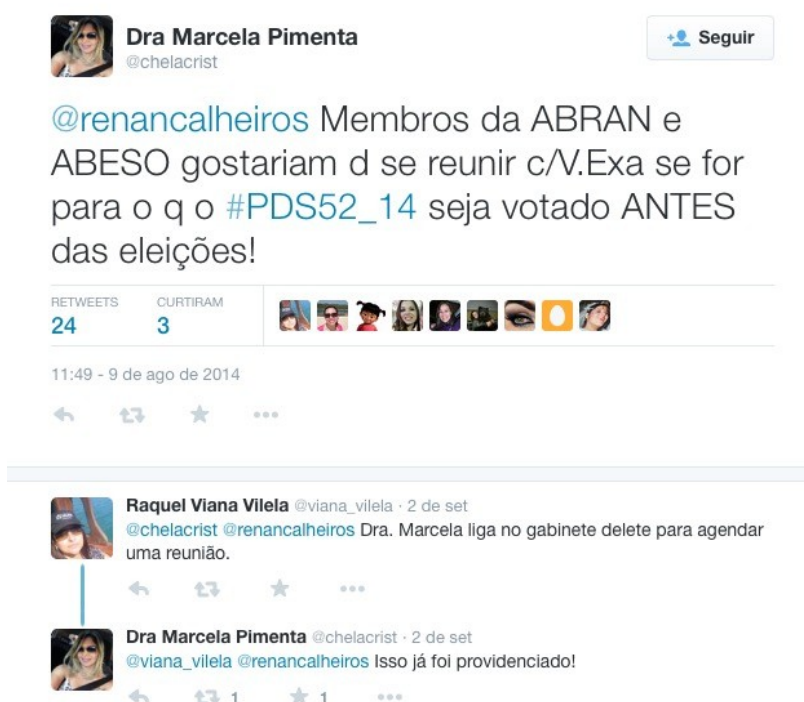
Imagem 11 - Agindo de forma colaborativa



Fonte: www.twitter.com

Também notou-se que a utilização do Twitter serviu não somente para a articulação virtual, mobilizando os internautas, como para organizar e informar sobre as ações que estavam sendo realizadas fora do espaço virtual. Na imagem 12 os perfis demonstram a intenção de marcar formalmente uma reunião para conversar e tratar do assunto diretamente com o presidente do Senado Federal.

Imagem 12 - Agindo de forma colaborativa



Fonte: www.twitter.com

Como já foi colocado aqui, a prática do *lobby* pode ser descrita como a transmissão de mensagens a quem tem o poder de decidir, (BOBBIO, MATTEUCCI E PASQUINO, 1998) e o ativismo constante visto em postagens diárias endereçadas aos parlamentares confirma que o Twitter foi utilizado amplamente como meio de propagação das mensagens do grupo de pressão favorável à aprovação do PDS nº 52/2014. Contatando diretamente os perfis dos deputados e senadores e foi efetivamente executado o *lobby* de base que se caracteriza pela pressão de um grupo significativo de pessoas, via mensagens, e que ocorre de forma constante.

4.3. PRESSÃO

Cabe destacar que, ao longo dos seis meses em que o projeto esteve em tramitação no Senado Federal, houve uma pressão constante e crescente devido ao engajamento da maior parte dos mais de 150 cidadãos que defendiam a aprovação do projeto. Mesmo após a promulgação do Decreto Legislativo nº 273 de 2014, em número bastante reduzido, algumas mensagens sobre o assunto ainda foram publicadas.

Para perceber qual foi a intensidade da pressão direcionada aos parlamentares, observou-se a quantidade das mensagens que foram tuitadas mencionando seus perfis ou nomes. De acordo com os dados obtidos, verificou-se, como pode ser visto na tabela 2, que a maioria das mensagens publicadas eram destinadas aos parlamentares.

Tabela 2 – porcentagem de tuítes direcionados aos parlamentares

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Total	0	0	0	154	260	375	245	632	308	15	7	1
Direcionados	0	0	0	119	192	261	136	348	131	4	2	0
Percentual	-	-	-	77%	74%	70%	56%	55%	43%	27%	29%	0%

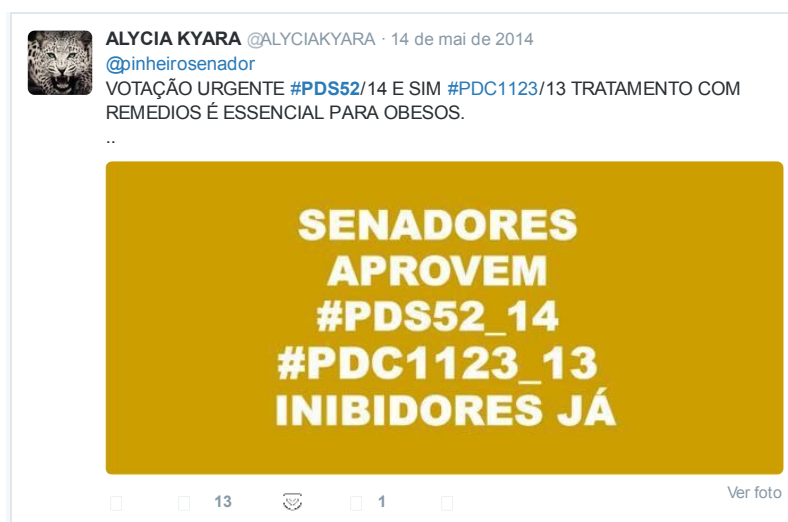
Fonte: Dados obtidos em www.twitter.com e compilados pelo autor

Nos três primeiros meses em que o PDS nº 52/2014 tramitou no Senado Federal, o índice de tuítes que apelavam aos parlamentares pela aprovação do projeto ficou em torno de 70%, um número significativo. Nos dois meses seguintes o índice diminuiu, mas ainda assim representava mais da maioria das mensagens. Somente quando o projeto foi aprovado, em setembro, é possível notar que há uma diminuição e o índice de mensagens que pressionavam os parlamentares cai abaixo dos 50%, justamente porque a votação e aprovação da matéria em questão ocorreu nos primeiros dias do mês. Com o projeto aprovado, nota-se que o grupo de pressão reduz sua mobilização, o que fica claro uma vez que, também, o número total de tuítes passa de 308 em setembro para 15 em outubro, sofrendo uma drástica redução de 95%.

A imagem 13 apresenta o padrão de mensagem geralmente utilizada para contatar e solicitar aos parlamentares a aprovação do PDS nº 52/2014. O tuíte é direcionado a um

senador ou deputado federal específico e a mensagem contém um apelo informando a importância dos medicamentos no tratamento dos pacientes obesos e cuja comercialização foi proibida pela Anvisa. Vários tuítes também são publicados com uma imagem com um texto que demanda que a norma legal seja aprovada.

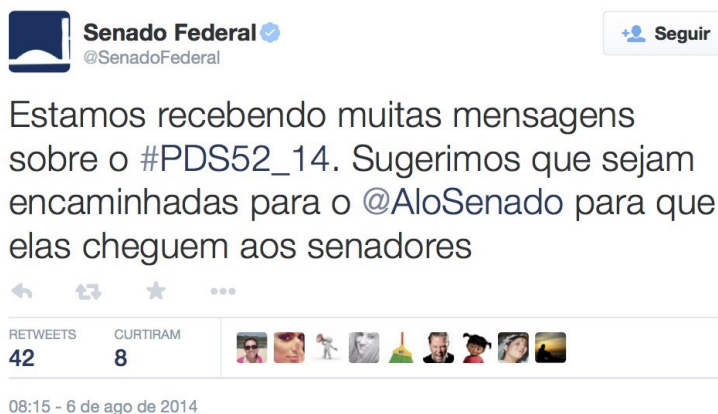
Imagem 13 – Mensagem direcionada a um senador



Fonte: www.twitter.com

Além dos senadores e deputados federais, a instituição Senado Federal também foi pressionada para que houvesse a deliberação da matéria. A imagem 14 mostra a mensagem publicada pelo perfil oficial do Senado Federal que solicita que as pessoas entrem em contato com a Casa por meio do serviço oficial de atendimento ao cidadão, à época era o AloSenado, para que as mensagens possam ser corretamente encaminhadas aos senadores.

Imagem 14 – Pressão sobre o Senado Federal



Fonte: www.twitter.com

É importante destacar que o objetivo dos grupos de pressão é influenciar não somente quem tem o poder de decisão, mas também todos os sujeitos envolvidos, incluindo as instituições públicas ou privadas. A imagem 15 mostra que os cidadãos postavam tuítes direcionados também ao Senado Federal questionando a ação da Anvisa para atrair a atenção e reforçar seus pontos de vista.

Imagem 15 – Contestando a Anvisa



Fonte: www.twitter.com

Mesmo durante a realização do torneio de futebol da Copa do Mundo de 2014, realizada no Brasil, que ocorreu nos meses de junho e julho em vários estados do país, os cidadãos continuaram engajados na defesa de seus interesses. Ainda que o Congresso Nacional tenha deliberado sobre as matérias, nos períodos de esforços concentrados, para dar andamento na pauta e evitar que as deliberações ficassem acumuladas durante o evento esportivo, os cidadãos continuaram realizando o *lobby* de base. E criativamente aproveitaram o momento para manter suas atividades e incorporar o tema do momento, a Copa, à pressão realizada, como demonstra a imagem 16.

Imagem 16 – Pressão durante a Copa de 2014



Fonte: www.twitter.com

Outra forma de influenciar e forçar os senadores a aprovarem o PDS nº 52/2014 foi utilizar imagens impactantes para reforçar a ideia de que a proibição da venda dos medicamentos inibidores de apetite afetava diretamente a saúde dos obesos. Os lobistas podem e fazem uso de todos os meios, legais e éticos de que dispõem, e no presente estudo foi percebido que uma das estratégias utilizadas foi a abordagem psicológica dos senadores, inferindo que a decisão deles pela aprovação ou rejeição do decreto legislativo seria comparável à uma decisão entre a vida e a morte dos obesos.

Muitas das postagens recorriam ao uso de imagens e algumas dessas mensagens apresentavam teor emocional que afirmava que os obesos foram prejudicados pela decisão da Anvisa e estavam correndo risco de morte. Na imagem 17 é possível ver um exemplo dessas publicações.

Imagem 17 – Escolha de imagens para sensibilizar

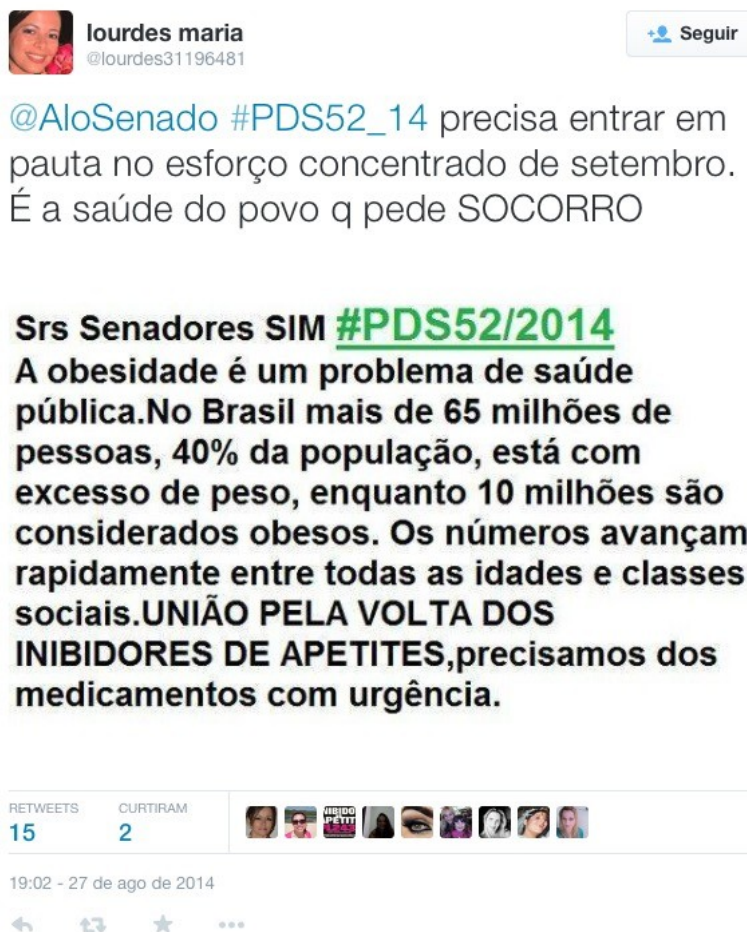


Fonte: www.twitter.com

Também faz parte do *lobbying* apresentar dados e argumentos na tentativa de influenciar os *decision-makers*, atuando como agentes informantes que transmitem fatos verídicos. Obviamente que a aceitação da veracidade das informações e a credibilidade das fontes caberá ao receptor que, no caso aqui apresentado, seriam os senadores a quem são direcionadas as mensagens dos cidadãos. Mas como a interpretação da realidade é subjetiva e depende de cada sujeito, o grupo de pressão divulga aquela que lhe é favorável. Aqueles que defendiam a aprovação do PDS nº 52/2014 apresentaram as informações e os dados que entendiam como verdadeiras na tentativa de convencer a seu favor os parlamentares.

A imagem 18 exemplifica um dos dados que eram transmitidos e tidos pelos cidadãos como argumentos válidos e confiáveis para justificar a aprovação da matéria e permitir que a venda dos medicamentos inibidores de apetite fosse permitida novamente.

Imagem 18 - Argumentos dos cidadãos

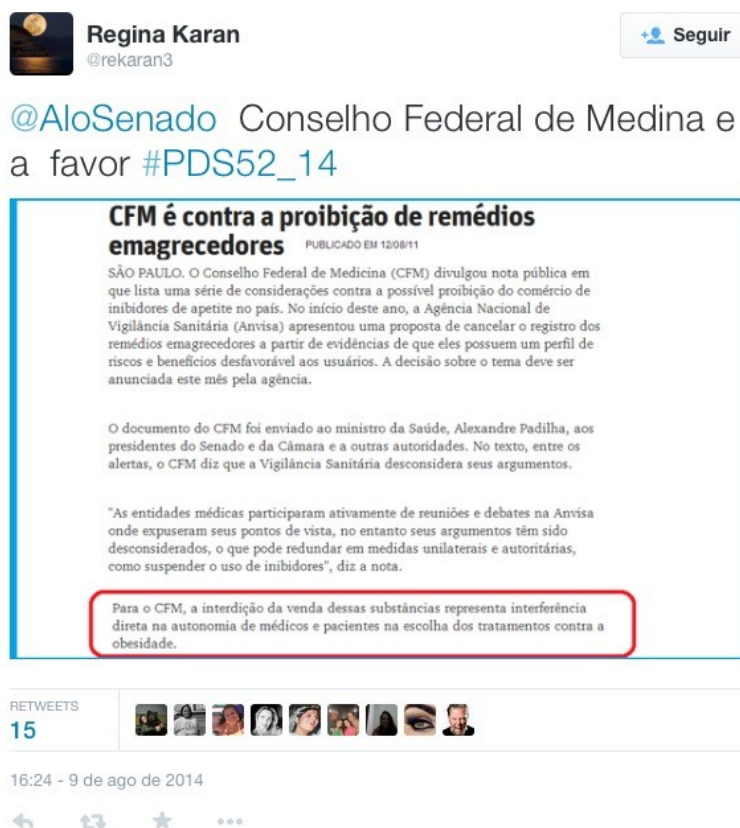


Fonte: www.twitter.com

Apesar de mensagens tuitadas não disponibilizarem links para artigos científicos, pesquisas ou estudos sobre a eficácia dos inibidores de apetite, tais materiais foram citadas em algumas postagens. Segundo informado pelos próprios cidadãos que apoiavam a liberação dos medicamentos, existem estudos que comprovam a eficácia do tratamento com anfepramona, femproporex e mazindol e, portanto, a Anvisa suspendeu os registros dos medicamentos que continham essas substâncias, proibido a fabricação e venda dos medicamentos sem embasamento científico.

Os cidadãos publicavam mensagens declarando que outros países permitem a prescrição dessas substâncias, citando o exemplo da agência responsável pelas autorizações de medicamentos nos Estados Unidos, a U.S. Food and Drug Administration (FDA), equivalente à Anvisa, bem como informavam que conselhos de entidades e associações de profissionais da área apoiavam a comercialização dos inibidores de apetite, como se vê no exemplo da imagem 19.

Imagem 19 - Argumentos dos cidadãos



Fonte: www.twitter.com

A propósito, com base nos tuítes analisados, verificou-se que a intenção dos cidadãos era influenciar o voto dos senadores em relação ao projeto de decreto legislativo para que a proibição dos medicamentos acabasse. O desejo era obter o apoio daqueles que poderiam decidir a questão no âmbito do Senado Federal, local onde a matéria estava tramitando.

Conforme levantamento de dados realizado para examinar como estavam distribuídos os termos que foram mais utilizados como elementos de pressão, nas mensagens publicadas no Twitter, a tabela 3 aponta que, para o período de abril a setembro, quando o engajamento foi mais ativo, as palavras que apareceram mais frequentemente nos tuítes foram aquelas que demandavam o “apoio urgente ao tratamento”, ideia reproduzida a partir dos termos apoiar/apoie/apoio, tratar/tratamento e urgente/urgência.

Tabela 3 – Ocorrência dos termos utilizados

Quantidade de ocorrência dos termos									
	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Total de Tuítes	154	260	375	245	632	308	15	7	1
Apoio/Apoie/Apoiar	56	44	60	23	59	28	0	0	0
Aprovar/Aprovação	20	13	22	21	34	13	0	0	0
Morte/Morrendo	7	17	11	5	35	11	0	0	0
Qualidade de vida	15	10	7	7	3	0	0	0	0
Tratamento/Tratar	35	27	36	36	57	26	5	3	0
Urgente/Urgência	23	84	46	15	65	11	0	0	0

Fonte: Dados obtidos em www.twitter.com e compilados pelo autor

Por sua vez, os dados mostram que a intenção dos cidadãos que acompanharam a tramitação e mobilizaram-se pela aprovação do projeto de decreto legislativo, era pressionar e sensibilizar os envolvidos com o uso de mensagens incisivas que eram publicadas constantemente, principalmente, fazendo uso das *hashtags*¹⁹ #PDS52_14 e #PDS52/14.

Em suma, a pressão é um dos elementos fundamentais para que o *lobby* seja eficaz. Quanto mais intenso for o engajamento e maior o grupo de interesse atuante, melhores serão as chances de obter resultados positivos, uma vez que boa parte dos membros da classe política respeita e tem como base para suas ações dentro do mandato, além de seus ideais pessoais e partidários, a opinião pública.

Se um número grande e significativo de cidadãos e organizações está empenhado numa causa, isso significa que há um interesse coletivo e democrático envolvido na questão. Dessa forma, existe a necessidade, por parte dos agentes políticos, de ponderar e examinar com atenção as demandas propostas pelos grupos de pressão que realizam o *lobby* de base.

¹⁹ O termo refere-se à expressão utilizada para classificar ou identificar um assunto. É uma forma de etiquetar os dados ou informação que está sendo divulgada.

4.4. INTERAÇÃO

Quem desempenha algum cargo eletivo depende da interação com o público para informar suas ações políticas e divulgar o trabalho realizado enquanto representante, principalmente perante aqueles que confiaram no trabalho do candidato depositando nele um voto de confiança: os cidadãos. O relacionamento entre a população e os agentes políticos tende a ser benéfico para ambos, pois assim como um deputado federal busca manter a fidelidade de sua base eleitoral, publicizando o trabalho que está realizando em Brasília por meio de uma comunicação direta com seus apoiadores, estes também conseguem um canal acessível para reivindicar suas necessidades, estimulando o exercício da cidadania.

Para essa finalidade, o Twitter torna-se uma ferramenta extremamente prática dada a sua agilidade e objetividade. Contatar um político que esteja presente nessa mídia social é simples, favorecendo a interatividade e a troca de informações.

Imagem 20 - Senador e cidadã interagem



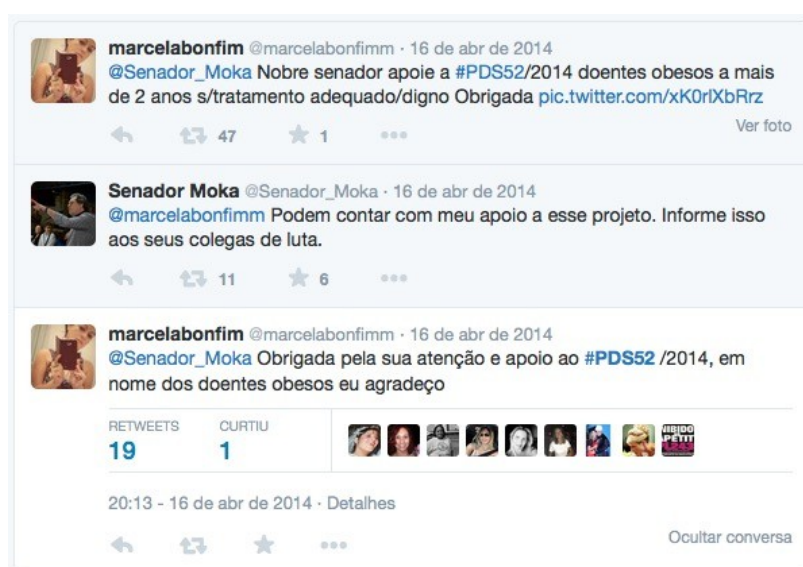
Fonte: www.twitter.com

Considerando que as mensagens, quando o perfil não está protegido, ficam disponíveis ao público, é possível saber quando um diálogo ocorreu e se o contato de um cidadão teve resposta. A transparência com que as interações podem ocorrer favorecem a reciprocidade, por parte do parlamentar, na troca de mensagem com os internautas. Por isso, a

chance de uma mensagem enviada como tuíte transformar-se em uma conversa é maior do que aquela enviada por e-mail. Assim, acessar e dialogar com um político ou um grupo de políticos que possuem o poder decisório não é mais uma tarefa complicada ou demorada.

Por essa razão, a opção de políticos por manterem assessores de imprensa, especificamente, nas redes sociais para monitorar e reagir prontamente aos eventos que, porventura, venham a ocorrer é justificada. A instantaneidade e a atividade ininterrupta nessas redes, requer um empenho dedicado para atender às demandas que surgem na internet, principalmente nas mídias sociais, como pode ser visualizado na imagem 21.

Imagem 21 - Conversa entre cidadão e senador



Fonte: www.twitter.com

Conforme foi verificado, pela análise dos tuítes, dos nove parlamentares que tuitaram alguma vez a *hashtag* #PDS52/14, seis interagiram com os cidadãos para prestar algum esclarecimento ou informar sobre a tramitação da matéria. A partir desses dados é possível concluir que grande parte dos parlamentares que utilizam as mídias sociais o fazem com a intenção de ficar mais próximo do cidadão, para ouvi-lo e informá-lo.

A interação que ocorre ali favorece o exercício da cidadania estimulando a sociedade a participar da política e de fiscalizar o trabalho dos governantes, pois é mais um canal de comunicação de mão dupla disponível para as pessoas. Portanto, o serviço possibilitado pelo Twitter promove o acesso facilitado e direto que os grupos de pressão precisam para realizar efetivamente o *lobby* de base.

5. CONCLUSÃO

De modo geral, é notório que as novas ferramentas digitais estão promovendo transformações no comportamento das pessoas e na forma como os relacionamentos acontecem e desenvolvem-se. Por volta dos anos 1980 e 1990, quando a informática iniciava sua expansão maciça, com a propagação do *personal computer*, ainda era impensável que as pessoas andariam nas ruas conectadas à internet e transporiam suas vivências pessoais para o meio virtual utilizando redes sociais como o Facebook, o LinkedIn, o Instagram e o Twitter, para citar algumas delas.

Tarefas que eram custosas, burocráticas e demoradas, quando executadas lá no século XX, evoluíram e ganharam agilidade, praticidade e, em muitos casos, passaram a ser gratuitas, como foi o caso do e-mail, fruto da evolução do telegrama, que não era instantâneo e custava caro. Reafirmando que as tecnologias mais simples, baratas e que agilizam a vida dos indivíduos são amplamente e rapidamente adotadas.

Este estudo verificou que, também, dentro do sistema político tais inovações estão presentes, readequando práticas surgidas nos séculos passados e alterando o modo como os agentes políticos relacionam-se e comunicam-se com a sociedade.

Entre as diversas possibilidades de análise do comportamento dos cidadãos, enquanto ativismo digital de forma geral, optou-se aqui pelo enfoque sobre a forma do uso de uma mídia social, o Twitter, que influenciou o modo como os indivíduos trabalham a cidadania e fazem valer seus direitos civis e políticos. Com esse recorte, foi possível averiguar que uma das formas legítimas de mobilização na defesa de interesses, o *lobby* de base, foi adaptado e trazido para as redes sociais virtuais, aproveitando um dos principais benefícios delas, a capacidade de mobilização de um grande grupo de pessoas, em pouco tempo, e de maneira prática.

Com base nas postagens, fica claro que as novas mídias sociais, como o Twitter, fornecem os meios necessários para que as pessoas não apenas acessem as informações sobre o governo e a atividade política do país como, também, opinem e participem. Uma das principais vantagens da internet é justamente promover uma comunicação que trafegue nos dois sentidos, permitindo que o cidadão, além de tomar conhecimento dos fatos, analise e reaja a tais fatos expressando sua opinião. Conforme foi percebido pelos tuítes, ter o poder de emitir uma opinião nessas redes sociais virtuais, manifestando publicamente suas ideias,

incute nas pessoas a sensação de que suas mensagens serão vistas e não se perderão. Tal sensação acaba por estimular a participação, ainda mais, quando se formam grupos com os mesmos interesses com pessoas que reverberam e amplificam a comunicação realizada dessa forma. Portanto, notou-se que as pessoas utilizam as mídias sociais como um instrumento de ação política, exercendo, nesse espaço, seu poder como cidadão.

Neste estudo de caso, onde foi analisado um serviço de *microblogging* que é também uma mídia social e que tem como principal diferencial a troca de mensagens com até 140 caracteres, constatou-se que a forma de acessar e convencer os parlamentares a aprovarem o PDS nº 52/2014 foi publicar de forma exaustiva, constante e combinada as mensagens, em seus perfis no Twitter. Várias pessoas tuitando sobre o mesmo assunto para um mesmo destinatário pode produzir algum efeito. A pior hipótese é o receptor dessas mensagens ficar informado sobre o assunto. Por meio da comunicação em uma rede social virtual, tuitando e retuitando mensagens e compartilhando dados, os cidadãos dialogavam, organizavam-se e atuavam defendendo um mesmo interesse. Essa é a estratégia de ação do *lobby* de base, que foi empregada pelo grupo de pressão que defendia a aprovação do Projeto de Decreto Legislativo nº 52/2014, provocando a liberação dos medicamentos inibidores de apetite.

Ainda que os ocupantes de cargos eletivos estejam presentes nas mídias sociais para divulgar suas ações e dialogar com a sociedade, não é possível afirmar, com certeza, que eles, sempre, saibam o que acontece e ou se eles acompanham esses canais, já que muitas vezes possuem assessorias de imprensa para gerenciar essa parte da comunicação. Mas com base nos dados obtidos a partir do levantamento feito neste estudo de caso, foi constatado que os perfis de 66% dos parlamentares que utilizaram o Twitter para mencionar o PDS nº 52/2014 interagiram com os cidadãos. Portanto, pode-se afirmar que alguns parlamentares utilizam as mídias sociais como canal de relacionamento com o cidadão. Logo, a pressão realizada pelos cidadãos no caso do PDS nº 52/2014 chegou até os senadores e deputados federais, uma vez que mensagens demandando a aprovação ou urgência para a análise da matéria foram respondidas pelos perfis dos parlamentares.

Ainda que o exame aqui realizado não possa afirmar, com certeza, se o resultado da votação do Projeto de Decreto Legislativo nº 52 de 2014 foi influenciado pela ação dos cidadãos no Twitter, fica claro que a mobilização ocorre. Uma análise mais minuciosa sobre os impactos da pressão exercida pelos grupos de interesse sobre os parlamentares pode

verificar com maior atenção, se uma pressão popular realizada internet pode alterar ou contribuir nas decisões do Poder Legislativo. Este trabalho serve como uma análise inicial sobre o tema e não encerra o debate acerca da forma como a sociedade utiliza as tecnologias digitais para participar da atividade política.

Resta claro que a manifestação direta e direcionada aos parlamentares envolvidos no processo legislativo e dotados de poder decisório ocorre, na tentativa de influenciar a decisão desses atores. Uma forma de influenciar as decisões políticas é a tentar persuadir os parlamentares e, se antigamente se utilizavam as cartas e telefonemas para realizar tal tarefa, hoje os mecanismos empregados para isso são os digitais. É fato que, apesar das revoluções tecnológicas e culturais, continua imutável a necessidade humana de comunicar, relacionar-se e agir. Assim, percebe-se que as novas tecnologias podem ser um instrumento de propagação e fortalecimento da cidadania e participação popular.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALDÉ, Alessandra. **A Construção da Política:** Democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- ARAGÃO, Murillo de. **Grupos de Pressão no Congresso Nacional:** Como a sociedade pode defender licitamente seus direitos no poder legislativo. São Paulo: Maltese, 1994.
- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco.** 2. ed. São Paulo: Edipro, 2007.
- BATISTA, Jandré Corrêa. **Apropriações ativistas em sites de redes sociais:** Cartografia das ações coletivas no Twitter. 2012. 153 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.
- BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** Brasília: Secom, 2014.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2013.
- CREMADES, Javier. **Micropoder:** A força do cidadão na era digital. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.
- DUARTE, Jorge et al (Org.). **Comunicação Pública:** Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2007.
- EISENBERG, José; CEPIK, Marco (Org.). **Internet e Política:** Teoria e Prática da Democracia Eletrônica. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.
- ESPARCIA, Antonio Castillo. **Nuevos escenarios de participación política:** análisis de las estrategias de comunicación de los grupos de presión (lobbies). **Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**, São Paulo, v. 8, n. 14, p.64-86, jan./jun. 2011.
- FARHAT, Saïd. **Lobby. O que é. Como se faz.:** Ética e transparência na representação junto a governos. São Paulo: ABERJE Editorial, 2007.
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2010.
- GUZZI, Drica. **Web e participação: a democracia no século XXI.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.
- JENKINS, Henry. **Convergence Culture:** Where old and new media collide. Nova Iorque: New York University Press, 2006.
- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão:** Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **@internet e #rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARQUES, Ângela et al (Org.). **Comunicação e Política: Capital social, reconhecimento e deliberação pública**. São Paulo: Summus, 2011.

PASSARELLI, Brasilina; AZEVEDO, José (Org.). **Atores em Rede: Olhares luso-brasileiros**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

PATRI, Eduardo Carlos Ricardo da. Relações governamentais, lobby e advocacy no contexto de public affairs. **Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**, São Paulo, v. 8, n. 14, p.129-144, jan./jun. 2011.

PEREIRA, Cilene; TARANTINO, Mônica. **A guerra dos remédios para emagrecer**. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/375682_A+GUERRA+DOS+REMEDIOS+PARA+EMAGRECER>. Acesso em: 6 jul. 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação: Criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

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

TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura, poder, comunicação, crise e imagem: Fundamentos das organizações do século XXI**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

APÊNDICE

Neste CD estão as imagens de tela com os tuítes utilizados na produção deste trabalho.

ANEXO

PROJETO DE DECRETO LEGISLATIVO Nº 52, DE 2014 (Nº 1.123/2013, na Câmara dos Deputados)

Susta a Resolução - RDC nº 52, de 6 de outubro de 2011, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária ANVISA, que dispõe sobre a proibição do uso das substâncias anfepramona, femproporex e mazindol, seus sais e isômeros, bem como intermediários e medidas de controle da prescrição e dispensação de medicamentos que contenham a substância sibutramina, seus sais e isômeros, bem como intermediários.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica sustada, nos termos dos incisos V e XI do art. 49 da Constituição Federal, a Resolução - RDC nº 52, de 6 de outubro de 2011, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, que dispõe sobre a proibição do uso das substâncias anfepramona, femproporex e mazindol, seus sais e isômeros, bem como intermediários e medidas de controle da prescrição e dispensação de medicamentos que contenham a substância sibutramina, seus sais e isômeros, bem como intermediários.

Art. 2º Este Decreto Legislativo entra em vigor na data de sua publicação.

Justificação

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) ao editar a Resolução nº 52/2009, de 6 de outubro de 2011, extrapola a sua competência legal e invade competência do Poder Legislativo.

A proibição da produção e comercialização dos medicamentos anorexígenos anfepramona, femproporex e mazindol e a permissão altamente restritiva para o uso da sibutramina causaram grande insatisfação entre a classe médica, constituindo-se num retrocesso ao tratamento dos obesos no país.

De fato, as sociedades médicas brasileiras de especialistas em obesidade e síndrome metabólica, contestaram a proibição questionando o estudo em que se baseou a Anvisa para efetuar o veto aos anorexígenos em questão.

O uso controlado dos medicamentos foi defendido, em audiência nesta Casa, por representante da Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia. A retirada dos medicamentos deixou os médicos sem opções de tratamento dos pacientes que precisam perder peso, mas não tem indicação de cirurgia bariátrica, o único outro tratamento disponível.

A obesidade é uma doença grave que afeta, sobretudo, a população mais carente. As doenças associadas à obesidade terão sua prevalência aumentada em curto espaço de tempo, sendo que, em muitos casos,

é impossível um bom resultado no tratamento da obesidade apenas com dietas e exercícios, por se tratar de doenças com determinantes complexos. A obesidade, além da doença em si, também provoca muitas outras.

Deve-se considerar, ademais, que a proibição da venda dos inibidores de apetite pode agravar o quadro de saúde da população que sofre com o sobrepeso e a obesidade.

Esta situação é mais grave para quem trabalha na rede pública. Pacientes com mais recursos podem contar com outros tratamentos como uma academia, uma dieta sofisticada e outras alternativas, porém, o mais pobre não tem essas possibilidades.

E não podemos desconsiderar, tampouco, a criação de um mercado negro destes medicamentos, que vai causar, certamente, muito mais danos à população.

É preciso encontrar uma solução para o impasse criado pela proibição da venda de inibidores de apetite.

Respeitada a autoridade técnica da Anvisa em avaliar os medicamentos, é preciso também respeitar o poder de o médico avaliar se o paciente pode e deve receber este ou aquele medicamento.

Infelizmente, um órgão da importância da Anvisa ainda não possui dados técnicos e científicos conclusivos a respeito desses medicamentos que neste momento estão em discussão.

A iniciativa da Anvisa poderá ampliar a obesidade, já que justamente os grupos que não utilizam essa medicação, os obesos mórbidos e crianças, tiveram aumento no país. Precisamos manter a medicação ao alcance dos pacientes e contra o avanço dessa epidemia que é a obesidade no Brasil.

Confiando, portanto, no empenho dos Senhores Deputados na contínua luta pela preservação de sua competência legislativa, em face do abuso normativo do Poder Executivo, é que oferecemos à consideração dos nobres Pares o presente Projeto de Decreto Legislativo.

Sala das Sessões, 13 de agosto de 2013. – Deputado Beto Albuquerque, PSB/RS.

Faço saber que o Congresso Nacional aprovou, e eu, Renan Calheiros, Presidente do Senado Federal, nos termos do parágrafo único do art. 52 do Regimento Comum e do inciso XXVIII do art. 48 do Regimento Interno do Senado Federal, promulgo o seguinte

DECRETO LEGISLATIVO Nº 273, DE 2014

Susta a Resolução - RDC nº 52, de 6 de outubro de 2011, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, que dispõe sobre a proibição do uso das substâncias anfepramona, femproporex e mazindol, seus sais e isômeros, bem como intermediários e medidas de controle da prescrição e dispensação de medicamentos que contenham a substância sibutramina, seus sais e isômeros, bem como intermediários.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica sustada, nos termos dos incisos V e XI do art. 49 da Constituição Federal, a Resolução - RDC nº 52, de 6 de outubro de 2011, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, que dispõe sobre a proibição do uso das substâncias anfepramona, femproporex e mazindol, seus sais e isômeros, bem como intermediários e medidas de controle da prescrição e dispensação de medicamentos que contenham a substância sibutramina, seus sais e isômeros, bem como intermediários.

Art. 2º Este Decreto Legislativo entra em vigor na data de sua publicação.

Senado Federal, em 4 de setembro de 2014

Senador RENAN CALHEIROS

Presidente do Senado Federal