

Turbulência política: pluralismo caótico, mídias sociais e novas dinâmicas de ação coletiva

*[Political turbulence: chaotic
pluralism, social media and
new dynamics of collective
action]*

R E V I S T A
com política


revista compolítica

2016, vol. 6(1)

compolitica.org/revista

ISSN: 2236-4781

DOI: 10.21878/compolitica.2016.6.1.167

 Open Access Journal

Resenha de *Political Turbulence: How social media shape collective action*, de Helen Margetts, Peter John, Scott Hale & Taha Yasseri

João Guilherme Bastos dos Santos

Universidade do Estado do Rio de Janeiro
[Rio de Janeiro State University]

Resumo

Para analisar as peculiaridades do uso da internet em ações coletivas bem sucedidas, suas dinâmicas em mobilizações sem líderes e como as mídias sociais moldam a ação coletiva, Political Turbulence combina teorias sobre atenção coletiva, massa crítica, pontos de virada, limiares, fatores de personalidade e uma metodologia envolvendo big data e experimentos sociais. Os autores estão particularmente interessados no efeito conjunto de pequenas contribuições e engajamentos – como curtir, postar e compartilhar – e no papel destas ações para que uma ação coletiva cresça em escala. A obra expõe um modelo de democracia que não descarta turbulência e propõe uma nova perspectiva sobre o pluralismo como um sistema caótico.

Palavras-chave: big data; pontos de virada; modelo de limiares; cinco fatores de personalidade; pluralismo caótico.

Abstract

In order to analyze why some online collective actions are successful, which dynamics operate in mobilizations without leaders and how social media shape collective action, Political Turbulence combines theories about collective attention, critical mass, tipping points, thresholds and personality effects, with big data and experimental evidence taken from different social networks sites. The research has a particular interest in the features of those who were quick to make tiny contributions in liking, posting or sharing on social media to support protests and collective actions and their role in making it scale up. They identify a model of democracy that encapsulates turbulence and proposes a new way of understanding pluralism as a chaotic system.

Keywords: big data; turning points; threshold model; big five personality traits; chaotic pluralism.

Turbulência política: pluralismo caótico, mídias sociais e novas dinâmicas de ação coletiva

João Guilherme Bastos dos SANTOS

Os protestos de junho de 2013 no Brasil surpreenderam os comentaristas de política do mundo todo ao não apresentarem organizações coordenadoras em ações coletivas de rua perpassadas por mídias sociais e plataformas hospedadas na internet, que permitem aos usuários gerar e compartilhar conteúdo. Outros países vivenciaram ondas de protestos no século XXI que, com suas diversidades conjunturais e peculiaridades locais, mantêm em comum o crescimento em escala através de apropriações de mídias sociais com finalidades de ação política.

Este é apenas um dos exemplos mais proeminentes de um fenômeno abrangente caracterizado pela emergência da mobilização coordenada por mídias sociais como uma força política que altera a ação coletiva em diferentes escalas, das campanhas de bairro a protestos globais. Há alguns padrões comuns dentro da diversidade presente nestas diferentes apropriações da internet: todas alcançam um ápice de mobilização relativamente rápido, embora muitas tenham se mostrado instáveis e difíceis de manter, associadas a uma onda de participação em grupos socioeconômicos que tradicionalmente teriam uma tendência menor à participação política, como membros de minorias étnicas, entre os quais o acesso à internet é distribuído de modo desigual. Partindo das diversas questões suscitadas por estas ações políticas, Helen Margetts, Peter John, Scott Hale e Taha Yasserli se debruçam sobre dinâmicas de ação coletiva perpassadas por mídias sociais online e a mobilização em ambientes políticos potencialmente instáveis e turbulentos, foco de *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action* (Princeton University Press, 2016).

Se por um lado a obra apresenta uma continuidade nos interesses de pesquisa apresentados pelos autores em trabalhos anteriores, como *Leadership without Leaders? Starters and Followers in Online Collective Action* (Margetts, John, Hale, Reissfelder, 2015), por outro constitui uma inovação ao tornar mais clara ao longo da obra a fundamentação teórica de seu foco nas iniciativas individuais em detrimento de

organizações formais. No trabalho anterior, que traz no título uma referência ao conceito de *organizing without organizations* presente em *Collective Action in Organizations* (Bimber et al., 2012, com resenha publicada nesta mesma revista), os autores seguem a defesa de que organizações e líderes em sentido tradicional têm suas funções centrais de coordenação e mobilização relativizadas por diferentes avanços na interconexão através de redes sociais online. *Political Turbulence* inova ao derivar de diferentes experimentos empíricos relacionados a este argumento uma nova proposta epistemológica, buscando associar teorias de diferentes áreas para analisar a emergência de um cenário caracterizado por um pluralismo caótico.

A proposta central da obra é examinar a relação entre o crescente uso de mídias sociais e a dinâmica da ação coletiva contemporânea, através da geração de bancos de dados em larga escala e quatro experimentos diferentes, bem como a utilização de métodos de mineração de dados, mineração de textos e análise de redes sociais através de softwares e outras ferramentas, proposta viabilizada pelas “pegadas” (*digital imprints*) decorrentes de cada uma das milhares de ações em ambiente online envolvidas em cada caso analisado. Para aproveitar as potencialidades destes dados e novas formas de análise possíveis, os autores defendem que cientistas sociais trabalhem juntamente com pesquisadores e profissionais de outras áreas para dar conta da geração e análise de *Big Data* para os quais os departamentos de ciências sociais convencionais não estariam prontos.

Entre os autores do livro se encontram dois cientistas políticos (Helen Margetts e Peter John), um físico (Taha Yasseri) e um cientista da computação (Scott Hale), uma equipe difícil de encontrar em um departamento de ciências sociais tradicional. Como base teórica para hipóteses e modelos de experimentos utilizados para obtenção e análise desses dados, destacam-se os conceitos de ação coletiva, ponto de virada e massa crítica, modelo de limiares no comportamento coletivo, cinco grandes fatores de personalidade, informação social e visibilidade.

Os quatro experimentos utilizados no livro são: um experimento de campo feito juntamente com o grupo *mySociety* – envolvendo a relação entre informação social e envio de mensagens para membros do parlamento (capítulo 4); um experimento envolvendo dados da plataforma de petições online do governo do Reino Unido (capítulo

3); um método quase-experimental para testar influência de diferentes níveis de informação social na disposição das pessoas para a ação coletiva (capítulo 4); e experimentos de laboratório em larga escala envolvendo mídias sociais para testar a influência relativa da informação social e visibilidade, investigando diferenças de acordo com personalidade e concedendo evidências dos diferentes limiares de participação política (capítulos 5, 6 e 7).

Em *Political Turbulence*, são consideradas “mídias sociais” as plataformas baseadas na internet que permitem criação e troca de conteúdo gerado a partir do uso do celular ou outra tecnologia com acesso à rede. Isso inclui sites de redes sociais, sites de compartilhamento de conteúdo, blogs, microblogs, projetos para produção de conteúdo colaborativo online. O termo é usado, portanto, como conceito para agrupar diferentes plataformas de interação mediada pela internet que têm impacto na ação coletiva. A relação entre mídias sociais e ação coletiva seria, no entanto, perpassada por outros meios, como sites e aplicativos que não são mídias sociais, mas que mantêm necessariamente relações com estas para viabilizar o crescimento das ações. Por “ação coletiva” entende-se qualquer atividade levada a cabo por cidadãos com o intuito de contribuir com bens públicos, ou seja, bens que não têm sua disponibilidade reduzida quando utilizados e não seguem uma lógica de acesso excludente. Os autores não propõem uma nova teoria para ação coletiva e utilizam o clássico *A Lógica da Ação Coletiva*, de Mancur Olson (1965), e *Ação Coletiva*, de Russell Hardin (1982), mantendo o postulado do modelo de escolha pública, em que as tecnologias da comunicação se inserem alterando os custos e benefícios individuais da participação política.

Estes temas convergem uma vez que as mídias sociais têm um funcionamento largamente relacionado com personalização da atividade digital, em que as decisões sobre em que redes entrar, a quem seguir, de que amigos receber atualizações, são tomadas individualmente. A informação política em mídias sociais, no entanto, é proporcionalmente pequena em relação à corrente de outras informações visualizadas por cada usuário da rede, o que insere as informações políticas em uma competição por atenção, tempo, engajamento e recursos limitados. Cada um destes elementos da

experiência individual personalizada tem a capacidade de influenciar as opções por participar ou não em mobilizações ou ações coletivas.

A redução dos custos de composição de redes, compartilhamento de conteúdos e apoio a causas divulgadas nestas mídias sociais também teria como um de seus efeitos a redução da importância da motivação política entre as pessoas que participam em ações coletivas. Os mecanismos que facilitam estas operações reduzem consideravelmente os custos de tempo, esforço e dedicação necessários para uma doação, declaração de apoio ou assinatura de uma petição, a ponto de requerer apenas esforços mínimos ou microdoações, considerados como pequenos atos de participação política. Mesmo pessoas pouco interessadas podem participar devido ao baixo custo de microdoações de tempo e esforço que, somadas, podem ter resultados políticos.

Estes pequenos atos de participação são mais susceptíveis às mudanças no fluxo de informação política. A maior suscetibilidade a mudanças de fluxo faz com que as mobilizações associadas a estas ações sejam mais vulneráveis a conjuntura de seu lançamento, podendo ser rapidamente impulsionadas para uma massa crítica e crescer exponencialmente ou estagnar e ter fim pouco depois de seu lançamento, tornando-as difíceis de entender ou prever.

As pequenas ações citadas anteriormente são reconhecidas em *Political Turbulence* como modos válidos de inserção no ambiente político. A definição ampla de ação coletiva adotada traz uma crítica ao que seria o princípio da “política enquanto dor”, que descarta o que não envolve esforços penosos ou interação face a face mesmo que o resultado final de ações online seja semelhante, como no caso do recolhimento de assinaturas pessoalmente e online.

Os autores testam empiricamente uma hipótese oposta ao princípio citado anteriormente: a de que laços fracos emergem de mídias sociais como mais uma peça no quebra-cabeça da ação coletiva contemporânea, permitindo circulação rápida às informações sociais e fazendo com que várias ações individuais de pessoas que não necessariamente mantêm contato tenham efeito conjunto palpável. A difusão e a apropriação de mídias sociais permitiriam circulação, ganho de adesões e visibilidade às ações individuais que,

anteriormente, dependiam de investimentos altos e conferiam a organizações formais um papel importante na viabilização da ação coletiva. Como defendido por outros autores da área, elas permitiriam comportamentos organizados sem a participação de organizações formais. Indivíduos muito bem conectados ocupam o lugar central na difusão rápida de informação para um grande contingente de pessoas, lugar que anteriormente era ocupado quase exclusivamente por organizações. Esta crescente relevância de mídias sociais daria ao foco individual uma vantagem frente às organizações – particularmente pelo baixo custo envolvido em pequenas ações políticas diferir do custo envolvido na entrada em uma organização ou partido político –, fazendo com que elas tenham potencial de alterar a ecologia dos grupos de interesse.

Os autores analisam e valorizam o efeito conjunto dos pequenos atos de participação política e o modo como a articulação de milhares de pequenas doações de tempo, esforço ou dinheiro podem ter desdobramentos políticos de grandes proporções.

Mídias sociais e influência social: articulando conceitos

Perpassando as diversas atividades da vida cotidiana, a internet está relacionada de modo inextrincável com o comportamento político do cidadão comum. Em cada decisão sobre participar de uma ação política ou não, seja por receber informações em tempo real sobre o que os outros indivíduos estão fazendo ou por saber que suas ações serão visíveis para sua rede de contatos, os indivíduos sofrem influências sociais que tornam interdependentes as ações de um grande número de pessoas online, sujeitas a reações em cadeia que podem ou não ganhar o escopo de grandes mobilizações. Os baixos custos de compartilhamento e participação na internet estariam relacionados a fluxos instáveis de atenção e atividade política, sujeitos a mudanças rápidas e bruscas, em que um grande número de ações políticas são iniciadas simultaneamente e poucas terão chances reais de sucesso. Esta seria a base da turbulência política, instável, imprevisível e frequentemente com ações insustentáveis no longo prazo.

Entre as questões que os autores se colocam a partir deste tipo de ação, destacam-se o modo como elas operam e a razão pela qual algumas são bem sucedidas em alcançar sustentabilidade e mudanças políticas mesmo em ambientes hostis enquanto outras falham em ambientes similares. Um dos pontos fundamentais para o avanço na compreensão dessas questões é a relação entre influência social, ação coletiva e mídias sociais. Em geral, nas mídias sociais podemos ter acesso em tempo real e de modo acurado ao que as pessoas estão postando, compartilhando e à dimensão de seu comportamento político que ela expõe online.

Isso tem consequências diretas no papel da *informação social* – ou seja, do ambiente informacional e social em que o comportamento individual ocorre e ao qual ele se adapta – em suas relações com a adesão à ação coletiva. A informação social faz com que os indivíduos possam enquadrar sua adesão ou rejeição a uma ação coletiva no cenário composto pelo comportamento político de diversos outros indivíduos em sua rede, influenciando sua percepção sobre a viabilidade política de determinadas ações, bem como na decisão sobre o que eles farão levando em consideração um ambiente social mais amplo. Além da percepção de que uma quantidade grande de pessoas aderiu a determinado comportamento, a informação social se relaciona a conformidade, reciprocidade, normas sociais e percepções sobre o outro generalizado.

Nesta perspectiva, podemos esperar que o ambiente de informação modificado influencie o comportamento dos indivíduos em relação a ações coletivas de três modos. Os efeitos da estrutura de rede constituem um destes modos, associados à maneira como o desenvolvimento de redes através da participação em mídias sociais molda as influências que os outros integrantes destas redes exercem sobre um indivíduo em particular. O efeito da estrutura de rede age como informação social, aumentando o contato com diversos cidadãos com quem se mantém laços fracos. Pode-se argumentar que as informações destes laços se tornam mais parecidas com outros tipos de sinais sobre o comportamento social, ocupando um lugar similar ao que a intensa pressão social dos laços fortes propicia. Embora os efeitos de rede estejam presentes nas tecnologias da comunicação anteriores às mídias sociais, mesmo em e-mails, estes efeitos eram limitados e mais abstratos do que os efeitos da estrutura de rede envolvendo usuários de mídias sociais.

Um segundo tipo de influência está relacionado à exposição dos indivíduos a informações sociais presentes nestas mídias, ou seja, informações sobre o comportamento participativo de terceiros, muitas vezes disponíveis em tempo real, como o número de pessoas que aderiu a determinada causa, campanha, petição, por exemplo. Esse tipo de influência está ligado à relação entre informação social e modos de cooperação condicional, em que a informação social é convertida em percepções sobre a viabilidade de uma mobilização, sua chance de alcançar uma massa crítica ou ao menos um resultado politicamente significativo.

Por fim, as mídias sociais influenciariam a adesão ou não a ações coletivas ao fornecer a oportunidade de tornar suas ações visíveis através do compartilhamento de informações e pelo ato de tornar seu nome visível em alguma plataforma participativa. Diferentes configurações de mídias sociais propiciam visibilidade ou anonimato, ambos com uma importância crucial para adesão a diferentes tipos de ação política. Se o ato de votar ou fazer doações em geral aumenta quando as pessoas sabem que suas ações serão visíveis publicamente, o envolvimento em ações políticas que podem gerar represálias e repressão é beneficiado pelo anonimato ou pela diluição do nome dos participantes dentro de um grande contingente de outros apoiadores sem diferenças hierárquicas.

Entre os três modos citados anteriormente, os autores se interessam particularmente pelos dois últimos modos de influência do ambiente de informação sobre o comportamento político dos indivíduos, ou seja, a informação social e a visibilidade. Para os objetivos do estudo em questão, cabe inicialmente abordar informação social e visibilidade em suas quatro linhas de argumentação sobre os seus efeitos em ações coletivas, desenvolvidas em áreas como ciência política, comunicação, economia, psicologia e sociologia. Estas linhas de argumentação estão inter-relacionadas e englobam cooperação condicional, pressão social, modelo dos limiares, pontos de virada e o chamado efeito *bandwagon*.

Tradicionalmente, a pressão social e os incentivos sociais operariam em pequenos grupos, nos quais os membros teriam contato face a face uns com os outros e a não participação acarretaria um custo direto. Esta valorização do contato face a face em pequenos grupos por autores como Mancur Olson, no entanto, pode ser relativizada pela redução dos

custos de coordenação e organização e por novas formas de pressão relacionadas à informação social online.

A cooperação condicional diz respeito ao efeito que a informação a respeito das contribuições feitas por um grupo de pessoas pode ter sobre a disposição de outro indivíduo para contribuir também, ou seja, uma cooperação que está condicionada à percepção de que um determinado grupo de pessoas também está contribuindo. Neste sentido, a relação entre informação social, ação coletiva e cooperação condicional pode auxiliar na compreensão dos fatores e condições que fazem com que algumas ações obtenham adesão rapidamente e outras ações similares não tenham repercussão.

O ponto de virada e massa crítica são conceitos que propõem que grandes grupos crescem mais facilmente uma vez que seu tamanho indica que a ação é viável e aumenta a taxa de adesão. A questão não seria o custo de mobilizar todos aqueles que poderiam ser mobilizados, mas mobilizar um número suficiente de pessoas com recursos e interesses para alcançar a massa crítica a partir da qual o crescimento do grupo se torna quase espontâneo. Uma vez mobilizada, esta massa crítica seria um sinal sobre a viabilidade do grupo para participantes em potencial e informações sociais deste tipo podem atuar como um ponto de virada a partir do qual ocorre um aumento acelerado e significativo no número de adesões. A quantidade potencial de participantes não alteraria os custos da ação coletiva, seja inferior ou superior à massa crítica em questão, relativizando o problema dos *freeriders*. Isso dialoga em parte com a proposta de Thomas Schelling e Mark Granovetter (1978), de que as pessoas teriam diferentes limiares para aderir a mobilizações no tocante ao número de outros participantes que eles “exigem” que já estejam mobilizados para que entrem em uma mobilização.

Por fim, o efeito *bandwagon* ocorre quando informações sobre a opinião da maioria causam um aumento no suporte à determinada opinião, causa ou campanha. Do mesmo modo, indivíduos que se percebem com opinião minoritária se sentem pressionados a permanecer em silêncio ou aderir à opinião majoritária, na chamada espiral do silêncio, reforçando o efeito *bandwagon*. Os autores reconhecem que as pesquisas nesta área estão mais interessadas na mudança ou expressão de opinião do que na ação política, mas exploram este efeito como hipótese alternativa sobre o efeito da informação social. As

pesquisas sobre o efeito *bandwagon* mostram que as informações sobre as tendências dinâmicas da opinião pública têm um efeito considerável, enquanto os dados brutos sobre percentagens de apoio não, ou seja, a percepção de que o suporte a determinada causa está crescendo tem um efeito maior do que a simples mensuração estática de quantas pessoas apoiam determinada causa ou não.

Informação social, visibilidade e personalidade: dilemas da ação coletiva em mídias sociais

Para iniciar a análise dos efeitos da informação social em um nível individual, os autores se concentram no modo como a informação social em tempo real sobre a adesão de um grupo de pessoas a determinadas campanhas influencia a propensão de um indivíduo em assinar ou não uma petição. O experimento envolvendo o Oxford Experimental Lab (OXlab), vinculado ao Oxford Internet Institute, foca um tipo específico de informação social: a informação ranqueada. Através dela, os autores buscam testar o modo como informações sociais online sobre participantes anônimos fomentam a cooperação condicional, exercem pressão social, enviam sinais de viabilidade e massa crítica ou geram o efeito *bandwagon*.

Esse experimento com o OxLab contou com a participação remota de 668 pessoas considerando 6 questões globais sucessivamente através de uma plataforma construída na web para testar sua disposição em assinar petições e doar uma pequena quantia de sua “taxa de participação” de 20 centavos para apoiar ou combater a causa em questão. O grupo controle do experimento não recebeu informação social e continha 173 pessoas, enquanto os grupos que receberam tratamento com quantidade alta, média ou baixa de informação social continham 495 pessoas distribuídas aleatoriamente. As mesmas petições foram expostas em diferentes momentos pelos quais passaram, divididos em adesão alta (quando já tinham mais de um milhão de assinaturas), média (entre um milhão e cem) e baixa (menor que cem assinaturas. Por exemplo, foi exposta uma petição envolvendo o Tibete, em três momentos distintos: com 1.682.242 assinaturas, com 1.189

e com 76 (momentos pelos quais a petição, evidentemente, passou até alcançar seu maior número de assinantes). Os participantes receberam como incentivo de seis a oito libras em vouchers da Amazon.

Em média, os participantes do grupo controle assinaram 61,5% das petições. Quando os números de assinaturas são baixos, o índice de adesão é reduzido em 0,9% se comparado com o grupo controle. Com a quantidade média de assinaturas os participantes apoiam 1,9% mais petições, e aqueles que viram um grande número de assinaturas aderiram 5,2% mais petições (ou seja, 66,7% em média) se comparados com o grupo controle. Há uma diferença estatisticamente significativa na probabilidade de uma pessoa ter motivação para participar politicamente em ações coletivas, variando de acordo com o contexto e o nível de informação social envolvido, indicando em geral que há um número de assinaturas limiar que varia entre os diferentes indivíduos para que esta informação social passe a exercer influências efetivas. Esta dinâmica reforça o sucesso de petições que obtêm um grande número de assinaturas, reforçando desigualdades na competição por atenção pública e fazendo com que um pequeno número de petições seja muito bem sucedido enquanto a maioria não obtém o número de assinaturas almejado.

A influência destes números, no entanto, não é contínua, minando a ideia de efeito *bandwagon*. Há um ponto de virada em que se passa da inatividade à atividade, do crescimento lento a uma enxurrada de adesões, o que levaria a instabilidade nas taxas de participação destas petições.

Neste contexto, os autores defendem que a informação social permitiria aos participantes um uso mais eficiente de seus recursos de tempo, dinheiro e esforço, inibindo atuação em casos que parecem distantes de sua meta e nos casos em que já a ultrapassaram, bem como incentivando a participação naqueles em que se está prestes a alcançar o ponto crítico para obter sucesso. Muitas vezes, como na quantidade de compartilhamentos de determinada postagem ou na quantidade de assinaturas presente em uma petição, não precisamos ter acesso direto a quem são os apoiadores para que esta informação numérica altere nossa percepção sobre nossa adesão ou viabilidade da ação em questão. Esta relação não pode ser identificada tomando apenas o nível individual como unidade de observação.

Este último caso nos ajuda a entender a diferença entre duas influências sociais relacionadas, a “informação social” e a “visibilidade”. A influência que o número de pessoas que assinou determinada petição exerce sobre um indivíduo pode ser considerada decorrente da informação social, enquanto a influência exercida pelo conhecimento dos vizinhos deste indivíduo sobre seu apoio ou não a uma petição pode ser considerada um efeito da visibilidade. Há mecanismos de constrangimento para aqueles que não contribuem, o que coloca mais variáveis em questão, levando indivíduos expostos a visibilidade a contribuírem com ações que não necessariamente oferecem perspectivas de sucesso enquanto ação política.

Diferentemente da informação social, a visibilidade ancora sua influência no desejo por obter reputação ou evitar embaraços e não necessariamente pela percepção de viabilidade política da ação em questão. A pressão social relacionada à visibilidade está ligada ao modo como a percepção de terceiros sobre determinado comportamento aciona pressões sociais negativas (aversão à vergonha) e positivas (busca por aprovação e reconhecimento). Este é, portanto, um mecanismo útil para aumentar a participação em ações coletivas uma vez que estimula pessoas a tomarem medidas desconfortáveis ou mesmo dolorosas através da pressão associada à vergonha, ao desejo por prestígio ou ao menos por atenção. Em outros contextos, por questões de segurança, muitas vezes a manutenção do anonimato dos participantes paralelamente a informações sociais sobre seus atos é crucial para o aumento da participação. Esta forma anônima de informação social pode influenciar outras pessoas a participarem de acordo com seu aumento em escala, em um caso limite que mostra diferenças entre visibilidade e informação social como elementos que atuam nas decisões de pessoas sobre sua participação em ações coletivas.

Muitas vezes informação social e visibilidade caminham juntas, embora os diferentes modelos de funcionamento e disponibilidade de informações em plataformas e mídias sociais – com diferentes níveis de visibilidade, possibilidades de compartilhamento, algoritmos de exposição – possibilitem configurações em que estes dois tipos de influência social operam de modos diferentes e tornam estas mídias mais ou menos propensas a apropriações políticas. Evidentemente, os links entre diferentes plataformas

criam redes conjugando várias mídias sociais diferentes e fazem com que estas plataformas não possam ser consideradas como ambientes estanques. No intuito de analisar os diferentes modos como *informação social* e *visibilidade* operam sobre as decisões dos indivíduos em relação a sua participação em ações coletivas, os autores desenvolveram experimentos que buscavam isolar estas variáveis e testar seus efeitos sobre diferentes grupos.

Neste experimento, os autores se inspiram em métodos de economia experimental envolvendo a provisão de bens públicos (*public goods games*) e dilemas de ação coletiva, ao mesmo tempo em que buscam mitigar as dificuldades para validação externa dos achados. Este novo experimento contou com 186 participantes, sujeitos a diferentes tratamentos em séries de rodadas, cada uma contando com 14 a 20 indivíduos. Ocorreram 28 rodadas de participação anônima em pequenos grupos de 7 a 10 pessoas, realocados automaticamente para evitar que indivíduos aprendessem os padrões de comportamento de outros participantes.

Os sujeitos recebiam dez *tokens* (fichas) no início de cada rodada (que possuem valores em libras relacionados ao incentivo para que participassem do experimento), poderiam doar de zero a dez *tokens* por rodada e as “fichas” não utilizadas ficariam com os participantes. Eles receberiam bônus em libras de acordo com o resultado conjunto das doações de *tokens* de uma rodada selecionada aleatoriamente. Este bônus fixo só é redistribuído entre todos os participantes se 60% do máximo de provisões coletáveis fosse alcançado. Caso as doações do grupo não atingissem essa porcentagem, os indivíduos que doaram os *tokens* não recebiam nada pelas doações. Neste contexto, participantes que não contribuíram com nada enquanto o grupo atinge 60% de contribuições, ficariam com até 15 libras depois da redistribuição. Já aquele que contribuiu com seus dez *tokens* teriam 12,50. Se esta proporção não fosse alcançada, aqueles que não contribuíram com nada ficariam com 8,50 e aqueles que contribuíram com o máximo ficariam com 6.

Em algumas rodadas os participantes recebiam tratamento voltado para identificação da influência de informação social, em outras recebiam tratamento de visibilidade e houve ainda rodadas de controle – todos os participantes participaram de rodadas destes três

tipos mais de uma vez. No grupo que recebia apenas informação social, as informações eram fornecidas em tempo real de acordo com a participação dos integrantes de seu próprio subgrupo. Nos estágios iniciais deste grupo, antes que doações fossem feitas, a informação social também era escassa. Nestes contextos, onde a opção por doar ou não está desvinculada de informações sociais subjacentes, as doações fornecem informações sobre a propensão geral a doar e a personalidade dos participantes, questões retomadas posteriormente.

No tratamento de visibilidade, os integrantes recebiam informações sobre a quantidade de recursos doada por outros indivíduos, sem informações sobre os subgrupos aos quais estes indivíduos pertenciam. É possível ver a quantidade de contribuições dos participantes, o que pode promover alguns efeitos de cooperação condicional, mas a impossibilidade de identificar quais indivíduos estão em cada subgrupo impede um comportamento plenamente estratégico. Nas rodadas de controle, os integrantes não recebem informações sociais sobre a participação de outros integrantes e suas ações não são visíveis. Nas condições de controle não se espera um comportamento estratégico.

A cada rodada os participantes ficavam expostos a seis cenários diferentes, envolvendo diversas formas de contribuição para bens coletivos, da arrecadação de fundos para ajudar vítimas de um terremoto no Haiti a campanhas locais para providenciar Wi-Fi livre e público, visando colocar os participantes em contato com ações que oferecem diferentes tipos de retorno.

O experimento aponta que a informação social incentivaria o *freeride* enquanto a visibilidade incentivaria uma contribuição “justa”, considerando justa a doação mais equânime de 60% de contribuições individuais necessárias para que o grupo alcance o sucesso. A quantidade de pessoas que doa a quantidade justa de seis *tokens* quando exposta a visibilidade é praticamente o dobro da que faz isso quando exposta apenas a informação social sobre doações do grupo. No âmbito individual, a visibilidade teria efeito maior e mais palpável sobre a quantidade de contribuições do que a informação social, sendo um bom preditor de contribuições, mas esses efeitos variam consideravelmente de acordo com o cenário em questão. No nível agregado, no entanto, ambos possuem efeitos notáveis e em certa medida similares, embora a informação social

ajude os participantes a alcançar o nível ótimo onde o mínimo de doações obtém o máximo de resultados dentro de cada grupo.

Há variações individuais nas reações diferentes a informação social e a visibilidade, relacionadas ao desejo ou não de tornar suas ações e opiniões políticas públicas, a tendência a modos de ação mais ou menos unilaterais e limiars diferentes no tocante a forma como a quantidade de pessoas mobilizadas estimula cada indivíduo e sua decisão sobre tomar parte em uma ação coletiva. Diferenciando-se das pesquisas sobre teoria dos jogos e escolhas racionais, os pesquisadores reconhecem que fatores como visibilidade e informações sociais influenciam as pessoas de modos distintos em suas escolhas sobre participação online e que traços individuais – para além das tradicionais diferenças demográficas e socioeconômicas – podem ajudar a entender essas diferenças.

No lugar de variáveis demográficas, o foco recai nas variações individuais de personalidade e suas funções na conformação do comportamento e das atitudes políticas, utilizando principalmente a tipologia conhecida como os “cinco grandes fatores de personalidade”, associada a análises sobre limiars para ingresso em ações coletivas e a “orientação de valor social”, ou seja, a propensão para agir por uma perspectiva individualista ou social. Por personalidade, entende-se a combinação particular de padrões de resposta emocional, comportamental e atitudinal, estáveis ao longo do tempo e perceptíveis no modo como cada indivíduo responde a diferentes contextos. A articulação desses diferentes conceitos para dar conta das variações individuais é uma inovação de *Political Turbulence*.

Essa opção se justifica também pelo fato das variações demográficas entre aqueles que têm acesso à internet serem consideravelmente menores quando comparadas às diferenças entre aqueles que têm e os que não têm acesso. Neste cenário, os fatores associados à personalidade ganhariam proeminência para explicar a adesão de pessoas a campanhas através de microdoações de recursos como tempo e dinheiro.

Os autores seguem a proposta de Thomas Schelling (1978) e Mark Granovetter (1978), entendendo que as pessoas teriam diferentes limiars para aderir a mobilizações no tocante ao número de outros participantes já mobilizados necessários para que eles

fiquem propensos a aderir. Considerando a relevância dos crescimentos iniciais vertiginosos apontados anteriormente, particularmente no momento de lançamento das campanhas, a distribuição destes limiares entre os indivíduos que entram em contato com a petição após seu lançamento seria fundamental para o sucesso de uma mobilização. Se a distribuição de limiares for o que importa, pessoas bem conectadas a redes com baixos limiares de adesão em ações coletivas podem ser mais importantes que líderes no sentido tradicional do termo, conferindo relevância a pequenos atos de participação, como curtidas e compartilhamentos, até que o ponto de virada ou massa crítica sejam alcançados.

Os cinco fatores de personalidade abrangem *abertura para experiências*, relacionada a perfis inventivos e curiosos em contraposição aos mais conservadores e cautelosos; *conscienciosidade*, relacionada à autodisciplina e consciência em contraposição a perfis mais sugestionáveis e descuidados; *extroversão*, um perfil enérgico e sociável em contraposição aos mais tímidos e reservados; *cordialidade* ou *socialização*, são perfis mais amigáveis e que buscam estímulo na companhia de outros, contrapondo-se aos mais “frios” e antipáticos; e, por fim, *estabilidade emocional* ou “*neuroticismo*”, relacionado a perfis com temperamento estável, que contrastam com temperamento neurótico e ansioso.

Por sua vez, a *orientação de valor social* é uma medida de valores, mais do que propriamente de personalidade, e pode ser entendida como uma orientação individual estável com relação à adesão em ações coletivas, dividida em três categorias: *cooperadores* ou *pró-sociais*, sistematicamente mais dispostos a arcar com os custos de participação e voto, preocupados com o fomento de resultados e igualdade de resultados para si e para os outros; *competidores*, que tentam maximizar a diferença entre os seus resultados e os dos demais; e *individualistas*, que se esforçam para maximizar os seus resultados sem considerar os resultados dos demais, pouco dispostos a arcar com os custos de participação e voto. Estes dois últimos tipos geralmente estão combinados e são utilizados pelos autores sob o título de *pro-self*.

Na bibliografia sobre o tema, a *extroversão* seria associada a maior participação política, resultado proposto e confirmado por diferentes pesquisas apontadas pelos autores, embora em algumas essa confirmação esteja particularmente relacionada a formas de

participação política que envolvem interação e não tanto a outras formas, como doações. *Abertura a experiências* tem sido associada a algumas formas de participação política, proposta confirmada pela maioria dos estudos sobre o tema; alguns estudos apontam uma associação entre *cordialidade* e menor participação em política institucional e voto paralelamente a uma maior participação em assinatura de petições, comparecimento a reuniões e cooperação, embora a cordialidade tenha sido associada com níveis mais baixos de participação em geral; *conscienciosidade* estaria positivamente associada à participação comunitária e negativamente associada a formas mais conflitivas, como protestos de rua, enquanto outros trabalhos apontam que esta característica teria efeitos no local de trabalho, mas não apresentaria padrões nos resultados para participação política. Os resultados para estabilidade emocional são contraditórios e alguns pesquisadores encontram relações positivas com participação política enquanto outros encontram relações negativas. De modo geral, *extroversão* e *cordialidade* surgem como os dois maiores “preditores” para participação política, embora os resultados variem entre as pesquisas e muitas vezes sejam inconsistentes.

Em *Political Turbulence*, a personalidade dos indivíduos envolvidos no experimento anterior sobre visibilidade e informação social, bem como sua relação com propensão à participação, são avaliadas através de uma série de questionários em forma de jogo – seguindo o *Triple-Dominance Measure of Social Values* – e da distinção das pessoas entre cooperadores, individualistas e competidores.

No cruzamento entre a participação dos diferentes indivíduos, os perfis de personalidade e orientação de valor social, a estabilidade emocional teria um efeito positivo significativo na contribuição, assim como abertura a novas experiências; extroversão não teria efeitos estatísticos significativos; a maior propensão de indivíduos pró-sociais em contribuir mais foi confirmada, assim como a propensão de indivíduos “*pro-self*” em contribuir significativamente menos. Cordialidade teria o efeito negativo mais significativo na predição de participação enquanto conscienciosidade teria o efeito negativo mais fraco.

Nas relações entre visibilidade, informação social e personalidade, diferentes personalidades são mais ou menos sensíveis a visibilidade uma vez que algumas pessoas

são mais sensíveis à imposição de vergonha e busca por reconhecimento do que outras. O mesmo ocorre com informações sociais, uma vez que algumas pessoas utilizam estas informações para agir estrategicamente e outras agem sistematicamente de acordo com sua orientação de valor social, além de combinações como a maior propensão de indivíduos pouco extrovertidos e muito cordiais a uma influência maior da informação social.

Os resultados mostram que a orientação de valor social, mais que os chamados fatores de personalidade, são preditores dos diferentes modos como os indivíduos respondem a visibilidade e informação social. Indivíduos *pro-self* seriam sensíveis à imposição de vergonha quando expostos à visibilidade e estrategistas quando em contato com informação social, enquanto os indivíduos pró-sociais têm reações opostas. Esta diferença aponta a orientação de valor social como importante fonte de heterogeneidade e ajuda a entender porque a visibilidade e a informação social parecem não ter resultados consistentes em nível individual embora os tenham em um nível agregado. A explicação sobre o modo como indivíduos respondem de formas diferentes a informação social – mais do que simplesmente como eles diferem em suas preferências – é uma inovação do estudo para o debate sobre cooperação condicionada.

No experimento, todos os *pro-self* contribuíram mais quando expostos a visibilidade e na maior parte das vezes quando em contato com informações sociais, sugerindo que estes indivíduos não contribuem “automaticamente”, mas apenas quando em contato com informações que mostrem que sua contribuição pode fazer alguma diferença efetiva. Pró-sociais oferecem um comportamento mais heterogêneo. Alguns indivíduos deste grupo são mais cooperativos quando expostos a visibilidade, mas a maioria participa menos – os autores colocam como hipóteses a consideração de que este comportamento é uma resposta à tentativa de constrangê-los a participar ou “envergonhá-los”, como registrado em outros estudos de caso, bem como a ideia de que a visibilidade garante participação suficiente por parte dos outros indivíduos reduzindo o sentimento de que uma ação particular é relevante.

Embora os autores afirmem ser necessário mais estudos para corroborar esse resultado, eles reconhecem que informação social e visibilidade podem ser usadas para fazer os

freeriders mais persistentes cooperarem socialmente, o que contribui para o corpo de estudos sobre ocasiões em que o anonimato pode ou não ser benéfico para maximizar as contribuições por bens coletivos. É a interação entre influência social e orientação de valor social que torna possível o desenvolvimento de um preditor do comportamento dos participantes e da viabilidade da ação coletiva em questão.

Personalidade e limiares para adesão à ação coletiva: quem inicia e quem segue?

Como a massa crítica pode se formar se todos ficam “esperando” este ponto para participar do movimento? Há implícito na teoria da massa crítica a aceitação de que algumas pessoas irão se dispor a participar mesmo quando houver poucos sinais de que o movimento ou a ação coletiva terão sucesso, visando tornar o movimento viável e encorajar outras pessoas a participar. Subentende-se que a informação social – crucial para indicar a viabilidade e o modo mais eficiente de participar em uma ação coletiva – influencia pessoas diferentes de modos diferentes, inibindo algumas quando, por exemplo, nitidamente estão longe de alcançar uma massa crítica, e não inibindo outras. Os autores buscam testar este corolário e indicar que tipos pessoas estariam mais dispostas a arcar com estes custos mesmo quando a mobilização não indica chances de sucesso. Para abordar estas questões utilizam o modelo dos limiares de ação coletiva que remonta ao trabalho do economista Thomas Schelling e do sociólogo Mark Granovetter, na década de 1970, bem como os estudos sobre massa crítica e ação coletiva feitos por Gerald Marwell e Pamela Oliver (1993).

Schelling (1978) desenvolve um modelo para explicar mobilizações no qual aponta exemplos de como o comportamento das pessoas varia de acordo com as informações sobre quantas outras pessoas participam de determinada atividade. O número da massa crítica variaria de acordo com o contexto, que pode ser uma proporção aproximada e intuída ou um número efetivamente (por exemplo, nos casos da percepção sobre que roupas estão na moda e do comparecimento a um seminário, respectivamente). Como

exposto anteriormente, boa parte das mobilizações políticas analisadas, de protestos de rua contra policiais racistas nos Estados Unidos à assinatura de petições, segue um padrão leptocúrtico (ou seja, uma distribuição que apresenta um grande número de pequenas mudanças e um pequeno número de grandes mudanças) e não se adequaria no modelo tradicional de curva em S proposto por Schelling (1978). Sua proposta sobre limiares e mobilizações, no entanto, é reconhecida pelos autores e útil para a proposta do livro.

Os autores estão interessados em investigar empiricamente a distribuição de limiares entre a população, com foco nas características do grupo de “iniciadores”, que estão dispostos a embarcar na ação coletiva nos momentos iniciais, e de “seguidores”, que progressivamente aderem a esta mobilização.

Para tanto, partem do pressuposto de que a propensão a iniciar uma ação e entrar nos estágios iniciais estaria relacionada com alguns traços de personalidade. A extroversão, particularmente, estaria associada positivamente com índices de liderança, hipótese justificada com base em estudos anteriores. Os cinco grandes fatores de personalidade e o chamado *locus de controle* – utilizado em psicologia aplicada e organizacional, diz respeito à percepção da pessoa sobre a possibilidade de interferir nos rumos de sua própria história, identificado como traço de personalidade importante para diferentes papéis sociais, incluindo liderança – foram utilizados como indicadores para testar esta hipótese. O *locus de controle* classifica pessoas como “internos”, que acreditam ser os donos de seu próprio destino e percebem uma relação forte entre suas ações e as consequências destas, e “externos”, que não creem ter um controle direto sobre o próprio destino e se percebem com um papel passivo em relação ao ambiente exterior. Diversos estudos encontram associação entre o *locus de controle* interno e atividades de liderança, tentativas de influenciar o comportamento de terceiros para atingir objetivos, comportamento estratégico, participação em ações sociais e engajamento em atividades políticas. A partir disso, os autores tomam como hipótese que a extroversão e o *locus de controle* interno são propensos à associação com lideranças e baixos limiares para participação, e que quanto mais ambos estiverem presentes em determinada população maiores as chances da ação coletiva correspondente ser bem sucedida.

Retomando os dados do experimento sobre visibilidade e informação social envolvendo a contribuição com *tokens*, os autores analisam a ordem em que cada indivíduo participou, buscam definir diferentes limiares e classificar os participantes enquanto iniciadores e seguidores de acordo com sua propensão a participar mesmo quando não há sinais de que os demais membros do grupo irão participar. A estabilidade dos limiares de participação dos indivíduos foi testada, possibilitando a identificação de indivíduos que consistentemente iniciavam ou seguiam.

A distribuição dos limiares mostra que, em média, poucas pessoas entram na mobilização em seu início de modo frequente, há poucas que sempre entram na etapa final e a maioria fica em uma posição intermediária. O limiar mais comum no ranking de médias feito com os participantes do experimento é 3, sugerindo que as pessoas estão mais propensas a participar quando aproximadamente 25% do grupo já está participando. Os que entram várias vezes no início e no final da mobilização agem de modo mais consistente ao longo das rodadas do experimento. No entanto, a maioria dos participantes mostrou heterogeneidade em sua propensão para iniciar ou seguir uma ação coletiva, o que sugere que poucas pessoas têm um limiar baixo e poucas um limiar alto para entrar na campanha. A importância do tema da campanha para os participantes em geral é um fator importante e fonte de heterogeneidade entre as rodadas – quanto maior a importância atribuída ao tema pelo grupo, mais chances de se obter o número de apoiadores necessário. O valor da primeira contribuição também é importante e quanto maior ele for, maior será – proporcionalmente – o total arrecadado no final.

Entre as diversas correlações estatísticas identificadas pelos autores, destaca-se o apontamento de que a proporção alta ou baixa de extrovertidos pode mostrar se uma rodada do experimento terá doações de fundos suficientes ou não. A extroversão está associada à disposição para iniciar o apoio a uma campanha em seus momentos iniciais de modo mais consistente e, o que torna o resultado mais interessante, mesmo nos casos em que os participantes não interagem socialmente entre si. A cordialidade estaria associada à entrada tardia e menor propensão a tomar frente no apoio a campanhas. Os dados também apontam que o *locus de controle interno* está associado de modo positivo

com a entrada em mobilizações ainda em seu início, embora a extroversão tenha mais influência que esta variável na predição sobre o sucesso do grupo.

A distribuição de extrovertidos entre as pessoas que se importam com determinada causa e estão cientes da mobilização em questão seria um indicador fundamental da possibilidade de crescimento acelerado das campanhas. Personalidades emocionalmente estáveis contribuiriam mais do que pessoas cordiais e conscienciosas. Os autores afirmam que alguma dose de desacordo/não cordialidade é necessária para investimento em algumas ações políticas. Em suma, quando os custos de participação são muito baixos, os dados demográficos, tradicionalmente utilizados como preditores de participação política, não são tão eficientes quanto outras variáveis relacionada a personalidade e orientação de valor social. Dada a heterogeneidade das personalidades, no entanto, a relação entre influências sociais e ação coletiva varia e é preciso encontrar os mecanismos adequados para torná-las mais propensas a participar, seja através da visibilidade no caso dos individualistas ou da informação social para em indivíduos mais cooperativos.

Novas perspectivas teóricas e metodológicas: o pluralismo caótico

As diferentes análises que perpassam o livro mostram que, em geral, não é essencial a existência de um líder em sentido tradicional para que uma campanha ou petição tenha sucesso, mas um número suficiente de iniciadores com limiares de engajamento baixos, compartilhamento por pessoas bem conectadas e informação social prontamente disponível sobre a adesão de outros participantes, que atraia seguidores com limiares mais altos e aumente as chances de atingir o ponto de virada. Ao fornecer informação em tempo real, as mídias sociais contornam algumas funções muitas vezes atribuídas a lideranças tradicionais. A relevância dos laços fracos e de modos de liderança diferentes dos tradicionais com altos custos, no entanto, não significa que os esforços tenham sido erradicados.

Mesmo considerando a permanência de alguns obstáculos e a relevância de pessoas bem conectadas, a redução drástica nos empecilhos para mobilização e o crescimento

vertiginoso de campanhas que conjugam pequenos atos de participação política indicam a possibilidade de ações coletivas relativamente bem sucedidas em alcançar uma massa crítica sem indivíduos ou organizações liderando e arcando com altos custos de coordenação.

A possibilidade de mobilizações sem líderes e que têm como desdobramento mudanças políticas drásticas sem participação de organizações centralizadas seria uma face do ambiente político turbulento em que as mídias sociais têm um papel central. Mobilizações deste tipo não apresentam garantias quanto a mudanças políticas sustentáveis em longo prazo e a ausência de organizações pode ser um problema para inserção na tomada de decisões políticas institucionalizada.

Os autores observam também o fato de que as regras impostas pelas companhias privadas que detêm direitos sobre mídias sociais e ferramentas de busca seriam uma forma oculta de mediação. Não obstante, a multiplicação destas mobilizações mostra que o descontentamento e outras emoções políticas fortes podem ser transformadas em expressões concretas, se lançadas nas redes com baixos limiares para adesão, em um ambiente em que as iniciativas de mobilização se multiplicam e competem por atenção e visibilidade pública.

Neste sentido, seria preciso entender não apenas a forma atual de turbulência política, mas suas implicações para democracia, representação e governança. A turbulência política nos faria discernir um novo tipo de pluralismo, altamente descentralizado e com um modo de operação caótico. Para os autores, isso revive algumas questões apresentadas por antigos pluralistas como Robert Dahl e Charles Lindblom, ao mesmo tempo em que se baseia na transformação de alguns princípios antigos, particularmente na concepção de grupos de interesse como blocos básicos dos quais a sociedade é construída. O pluralismo do sistema político seria um reflexo da diversidade da sociedade. Em teoria, os interesses tenderiam a se balancear na disputa por influência. Um pluralismo democrático, no entanto, é melhor promovido por instituições diferenciadas e mecanismos democráticos liberais chamados por Dahl de poliarquia, por meio dos quais eleições garantiriam que líderes buscassem balancear interesses no intuito de viabilizar coalizões, com pontos de

acesso nos quais grupos de interesse poderiam exercer pressão, além da separação de poderes e do federalismo.

A força do conceito de pluralismo reside no fato de que não se trata apenas de um modo descritivo da operação política, mas também de uma aspiração (normativa) que poderia ser implementada por meio de reformas visando uma estrutura institucional adequada e incentivos apropriados. Haveria a premissa de que a sociedade seria plural demais para gerar consensos que fossem além de um nível operacional envolvendo regras – como eleições livres e imprensa livre – visando ao funcionamento político e a tomada de decisão.

Esta proposta, no entanto, não considera as formas como a desigualdade social e de distribuição do poder econômico perpassam as negociações entre grupos de interesse, a alocação de recursos e o acesso a negociações com agentes responsáveis pela tomada de decisão política. O apontamento de que o pluralismo “funcionaria” apenas para determinadas classes e grupos favorecidos, levou a teorias neopluralistas com mais atenção ao reconhecimento das imperfeições no funcionamento da representação política, favorecendo grupos economicamente mais fortes. Teóricos como William Connolly (2005) oferecem alternativa num tipo de pluralismo em que a multiplicação de minorias em diversos matizes faria com que a “maioria” fosse um centro simbólico composto numericamente por menos pessoas do que aquelas que, somadas, compõem estas diversas minorias. Estes grupos trariam novas demandas, muitas vezes incompatíveis com as configurações identitárias existentes, em um ambiente marcado por instabilidade e imprevisibilidade. Os autores reconhecem o modo como esta proposta se aplica ao cenário atual, mas têm uma proposta diferente sobre pluralismo.

A turbulência do contexto político atual seria melhor descrita em termos de um *pluralismo caótico*. Considerando a definição de caos como rápida variação nas propriedades de pressão e velocidade no espaço e no tempo, os autores consideram que a turbulência política é marcada por uma dinâmica caótica, no sentido de que se trata de um sistema sensível a condições iniciais – dificilmente mensuráveis – e pequenas perturbações, afetando sua evolução através do tempo, tornando previsões de comportamento do sistema em longo prazo impossíveis mesmo que se conheçam seus

mecanismos e regras básicas de funcionamento. Qualquer perturbação, mesmo pequena, afeta a totalidade do sistema e as previsões feitas sobre o cenário e seu provável comportamento. Embora este sistema pareça aleatório, ele possui regras e dinâmicas de funcionamento específicas. Um sistema caótico difere de sistemas estocásticos ou quantum, na medida em que a imprevisibilidade provém da incapacidade de mensurar e analisar cada variável e suas influências não lineares e altamente interconectadas, muitas vezes pequenas demais para serem notadas.

O pluralismo caótico diz respeito mais à sociedade do que propriamente ao Estado, e à ideia de que para cada interesse haveria uma mobilização ou constelações de mobilizações, mas não um grupo organizado nos moldes tradicionais. Perdendo parte do papel central em suas relações com a viabilização da ação coletiva, as organizações estariam cada vez mais semelhantes às mídias sociais na forma como se apresentam ao público, encorajando o compartilhamento de conteúdo, permitindo comentários, afrouxando os laços de filiação. Seguindo o argumento dos autores, haveria uma espécie de individualização da ação coletiva – uma atividade política conjunta marcada por doações pequenas e pontuais sem interação com organizações ou outros colaboradores, permitindo alinhamentos e apoio heterogêneos a uma gama de diferentes causas, sem filiação formal a nenhum grupo. Isso levaria a um ambiente muito individualizado, muito heterogêneo e muito caótico para ser comparado a deliberações que marcariam a esfera pública habermasiana ou modelos similares. A complexidade, o excesso de ruídos e a falta de bases de dados extensas teria atrapalhado a aplicação da teoria do caos às ciências sociais, o que pode ser contornado pela possibilidade de analisar registros das ações na internet ao mesmo tempo em que as ações online fazem com que “perturbações” cada vez mais simples e com baixos custos tenham potencial para se transformar em turbulências políticas.

A facilidade com que a internet une pessoas com pensamentos similares em redes ao mesmo tempo em que reduz os custos de coordenação e organização faz com que a retomada do pensamento pluralista seja imperativa. As propostas que buscam associação entre internet e pluralismo se mantêm mais próximas ao modelo de pluralismo tradicional do que à proposta de *Political Turbulence*, que foca na derrocada das

organizações e estruturas existentes enquanto lócus da ação coletiva e a fragilidade das estratégias institucionais tradicionais – baseadas em grupos ordenados formalmente – para engajar a sociedade em assuntos políticos. Uma variação do pluralismo, que leve em conta o nível de aparente desorganização e a velocidade das mobilizações políticas que ocorrem na internet, mais próximo da proposta pluralista de William Connolly (2005).

Os problemas clássicos relacionados ao pluralismo, de que a intermediação de interesses é uma disputa desigual que beneficia aqueles que têm mais recursos e marginaliza outros atores, se mantêm no pluralismo caótico. Os autores consideram o que seriam os três principais problemas do pluralismo: a desigualdade, o poder do Estado e os problemas da ação coletiva em grupos grandes.

Primeiro, a desigualdade permanece no pluralismo caótico. Além da barreira do acesso – em geral, grupos com maior acesso à internet em diferentes regiões são os que também têm acesso à educação, maior poder de compra, etc. –, a internet tem iniquidades específicas, seja na velocidade e no custo das diferentes formas de acesso ou nos diferentes níveis de conhecimento e habilidade. Muitas atividades na internet seguem uma distribuição em que a atenção é desproporcionalmente focada em um pequeno número de pontos, o que aconteceria em sistemas naturais em pontos críticos. A internet, no entanto, seria uma força em favor da redistribuição uma vez que a redução dos custos de coordenação, mobilização e participação política reduziriam em parte as vantagens relativas de grupos privilegiados em relação a grupos com menos recursos, mesmo considerando o peso de empresas privadas em sua gestão.

Segundo, os governos teriam dificuldades em inovar com relação à internet, diferentemente de outras tecnologias da comunicação em que os Estados, por seu poder de investimento e aparato institucional, pode se apropriar de modo mais efetivo do que os grupos da sociedade civil em geral. Evidentemente, os investimentos em vigilância e censura online continuam beneficiando grandes atores em detrimento da sociedade civil, e os chamados gigantes da internet têm interesses próprios e muitas vezes participam de atividades estatais – como o combate ao terrorismo – sem mecanismos de *accountability* que permitam garantir a segurança da sociedade civil e suas garantias contra intervenções de corporações e do Estado.

Em terceiro lugar estaria a dificuldade em manter movimentos sustentáveis sem organizações formais ou instituições, por diferentes questões. Isso limita, quando não a efetividade, a manutenção dos ganhos e mobilizações ao longo do tempo. Os mecanismos do pluralismo caótico não se prestariam à construção institucional e os processos de aprendizado e acomodação, que sustentam os modelos tradicionais de pluralismo, seriam extremamente difíceis de alcançar – além da dificuldade em se pensar em compromissos e barganhas sem representantes ou lideranças para colocar a posição de cada grupo.

Por outro lado, os dados de mídias sociais poderiam ser utilizados pelo aparato estatal para permitir àqueles que planejam políticas públicas monitorar e entender as correntes de opinião pública e insatisfação; para identificar pontos fracos em serviços públicos, escolas, hospitais, etc.; como barômetro da opinião dos cidadãos sobre a legitimidade de diferentes políticas públicas.

Em suma, há diversas vantagens e desvantagens no aumento de níveis de instabilidade na arena política. As vantagens estão relacionadas ao fato de que uma agenda instável pode ajudar aqueles que desafiam agendas tradicionais oferecendo oportunidades a novos grupos, enquanto as desvantagens estão relacionadas ao fato de que a conformação de algumas agendas depende de algum nível de estabilidade, e ambientes instáveis podem gerar gastos para que atores se mantenham no ritmo das mudanças frequentes deste ambiente – hipóteses que precisam ser avaliadas em estudos empíricos posteriores.

Por fim, embora os autores façam uma revisão bibliográfica ampla e valiosa tanto da área de ciência política quanto da área mais específica de tecnologias e ação coletiva, o estudo deixa de lado referenciais importantes da área da comunicação e tecnologia. Em que pese as diferenças e similaridades entre a teoria do caos e a teoria dos sistemas complexos, entender o comportamento de grupos de indivíduos e suas interações enquanto sistemas sujeitos à instabilidade característica de sistemas complexos é um dos postulados básicos da *Pragmática da Comunicação Humana*, lançada em 1967 por Paul Watzlawick, Janet Beavin e Don Jackson. O artigo *Science and Complexity*, uma das propostas mais famosas envolvendo a relação entre complexidade e produção científica, publicada pela *American Scientist* em 1948, é de autoria de Warren Weaver, fundador da Teoria da Informação. Estes estudos contêm propostas que perpassam a obra em questão, e, assim

como a teoria do caos, trazem uma crítica às tentativas de estabelecer causalidades simples através da transformação de comportamentos complexos em variáveis numéricas – o que, a despeito da adesão à proposta de pluralismo caótico, pode ser encontrado em experimentos como o que busca uma fórmula matemática para o crescimento de adesões dos indivíduos a campanhas de petições online.

Political Turbulence é uma publicação com diversas contribuições tanto em termos de revisão e proposição teórica sobre a relação entre ação coletiva e tecnologia, quanto em termos de experimentos empíricos que buscam aplicar as teorias a casos reais.

Referências

BIMBER, Bruce, FLANAGIN, Andrew J, STOHL, Cynthia. *Collective Action in Organizations: Interaction and Engagement in an Era of Technological Change*. Local: Cambridge University Press, 2012.

CONNOLLY, William. *Pluralism*. Durham, NC: Duke University Press, 2005.

GRANOVETTER, Mark. Threshold Models and Collective Behavior. *American Journal of Sociology*, 83, pp. 1420-1443, 1978.

HARDIN, Russell. *Collective Action*. Washington, D.C.: RFF/Johns Hopkins University Press, 1982.

MARGETTS, Helen Z., JOHN, Peter, HALE, Scott A., REISSFELDER, Stéphane. Leadership without Leaders? Starters and Followers in Online Collective Action. *Political Studies*, v.63, n.2, pp. 278-299, 2015.

MARGETTS, Helen, JOHN, Peter, HALE, Scott A., YASSERI, Taha. *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*. Princeton e Oxford: Princeton University Press, 2016.

MARWELL, Gerald; OLIVER, Pamela. *The Critical Mass in Collective Action*. Cambridge: Cambridge University Press, 1993.

SCHELLING, Thomas. *Micromotives and Macrobehavior*. New York: Norton, 1978.

SANGLARD, Fernanda Nalon; SANTOS, João Guilherme Bastos dos. A ação coletiva muito além das organizações. In: *Revista Compolítica*, n. 3, vol. 1, ed. janeiro-junho, ano 2013. Rio de Janeiro: Compolítica, 2013.

WATZLAWICK, Paul; BEAVIN, Janet; JACKSON, Don. *Pragmática da Comunicação Humana: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação*. Local: Ed. Cultrix, 2007.

WEAVER, Warren. *Science and Complexity*, *American Scientist*, 36, pp.536-544, 1948.

O autor

João Guilherme Bastos dos Santos é doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
santos.jgb@gmail.com