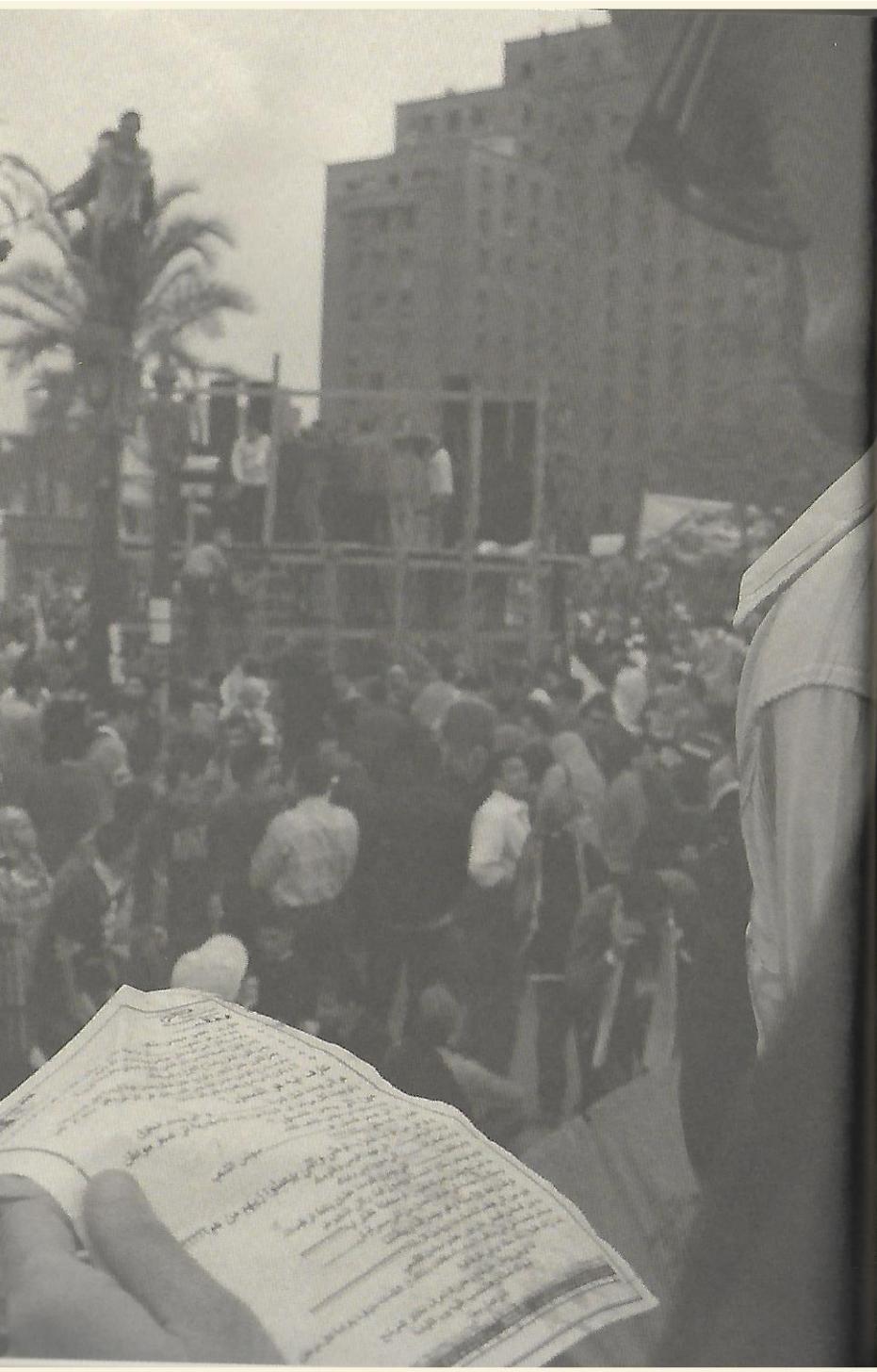




**Mídias Sociais e
Mobilização Cidadã**



Organize-se online — Ocupe offline.
Meme do Occupy Wall Street

Não se preocupe, viemos da internet.
Lema do Anonymous

Nossa revolução é como a Wikipedia.
Wael Ghonim, revolucionário egípcio

*Você está mexendo com os jovens que cresceram
lutando contra a polícia no GTA [Grand Theft Auto].*
Lema dos protestos no parque Gezi

231

COM A EXPLOSÃO DA PRIMAVERA ÁRABE NOS PRIMEIROS meses de 2011, especialistas, jornalistas e acadêmicos entraram na corrida para cunhar expressões como “revolução do Twitter”, “revolução wiki” e “revolução 2.0” (Ghonim, 2012) para enfatizar o nexo entre mídias digitais e os protestos – uma assinatura dos movimentos contemporâneos. Se deixarmos de lado o *hype*, fruto do fascínio desmedido da cultura contemporânea pela tecnologia, essas afirmações guardam um fundo de verdade, pois ninguém com conhecimento direto desses movimentos poderia negar a importância das mídias digitais. Do Egito ao Brasil, passando pela Turquia, redes sociais como Facebook e Twitter, junto

a muitas outras ferramentas online, tiveram destaque na experiência dos manifestantes. Elas se tornaram canais-chave para a difusão de informações, debates públicos e convocações para as mobilizações tanto na preparação quanto durante os grandes eventos de protesto. Como argumenta o ativista espanhol Javier Toret, esses movimentos de 2011-2013 “foram os primeiros na história cuja mobilização de massa se baseou principalmente na internet”, muito mais do que no caso do movimento antiglobalização, que surgiu em uma época em que a internet ainda era um fenômeno periférico e os smartphones não existiam. Asun Villar, de 48 anos, que esteve envolvida em vários comitês ativistas na ocupação da Puerta del Sol, em 2011, afirma que “se tais revoluções acontecem agora é devido à liberdade que a internet dá”. Da mesma forma, a ativista e estudante brasileira Mariana Marchesi, 27 anos, argumenta que “seria impossível conceber esses movimentos sem a internet”.

O movimento das praças surgiu em um período em que a internet se tornou parte integrante da vida cotidiana e em que a estagnação econômica foi acompanhada por uma das mais pesadas ondas de inovação tecnológica da história da humanidade. É significativo que 2007 não tenha apenas sinalizado o início da crise econômica, mas que também tenha sido o ano de lançamento do primeiro iPhone, um produto que sintetizou a experiência de conectividade onipresente trazida pela difusão mundial dos smartphones. Além disso, muitos ativistas foram fortemente influenciados por movimentos de “liberdade na rede” e de software livre, e colaboraram com grupos de hackers (como Anonymous) que apoiaram a onda de protestos com vários “ops” conectados, como OpTunisia e OpEgypt, e fizeram declarações diretas de apoio ao Occupy. A essa altura, espera-se que o debate

sobre se as mídias digitais tiveram impacto nesses movimentos tenha sido resolvido, apesar de alguns tecnopessimistas e esquerdistas nostálgicos ainda se apegarem à ideia de que a organização digital não passa de um *hype* fabricado pelo vale do Silício. O que é muito mais controverso e interessante é o debate sobre como exatamente o uso da internet, e das mídias sociais em particular, afetou a maneira como os manifestantes se comunicam, se organizam e se mobilizam, e que tipo de formas organizacionais acompanhou essa onda de inovação tecnológica.

Grande parte do debate sobre as consequências das mídias sociais para as organizações seguiu uma linha tipicamente tecnolibertária. O uso das mídias sociais deu início a uma política totalmente personalizada, em que indivíduos autônomos envolvidos em “ação conectiva” não precisam mais da unidade e da liderança típicas das formas tradicionais de ação coletiva, ou esse é ao menos o argumento de Lance Bennett e Alexandra Segerberg (2013). A análise enfatiza o elemento neoanarquista e individualista das formas contemporâneas de comunicação de protesto, mas parece ignorar a persistência da coletividade no protesto digital (Gerbaudo, 2014a) e o fato de que o uso de redes sociais tem sido acompanhado pelo surgimento de novas formas de liderança, e não a ausência dela.

Como veremos neste capítulo, refletindo uma mudança de mentalidade populista e a ambição majoritária que estavam na base dos movimentos das praças, foi buscado aquilo que descrevo como uma estratégia “ciberpopulista” de “ocupação do *mainstream* digital”, fazendo uso do poder do Facebook e do Twitter como meios de mobilização em massa. Essa abordagem pôs fim ao espírito do ativismo tecnológico durante o movimento antiglobalização, que

buscava construir uma infraestrutura comunicacional autônoma, como visto no estabelecimento de provedores de serviços de internet alternativos, listas de discussão ativistas e a página de informações Centro de Mídia Independente, ou Indymedia; em vez disso, concentrou-se pragmaticamente em explorar o enorme alcance proporcionado pelas plataformas de redes sociais corporativas usadas por milhões de pessoas, apesar dos notáveis riscos envolvidos, como vigilância e censura.

Tabela 5.1: Comunicação digital comparada

<i>Movimento antiglobalização</i>	<i>Movimento das praças</i>
Práticas midiáticas	▪ Facebook
▪ Listas de distribuição de e-mails	▪ Twitter
• Centro de Mídia Independente	▪ Tumblr, YouTube
• Sites de ativistas	
Orientações	▪ Ciberpopulismo
▪ Ciberlibertarianismo	▪ Pragmatismo
• Separatismo	▪ Mobilização interativa de massas
• Virtualização da política de pequenos grupos	

Usando as possibilidades de alcance em massa das mídias sociais corporativas, os ativistas de 2011 ampliaram as práticas de comunicação participativa que estavam no centro das comunicações digitais do movimento antiglobalização. Eles não usaram as mídias digitais principalmente para fins de organização interna, como aconteceu com movimentos anteriores, mas como um meio externo de mobilização da comunidade cidadã, um megafone público para abordar

o “netizen”¹, ou o que descrevo como o “usuário genérico da internet”,² uma versão atualizada do “homem comum” dos imaginários populistas anteriores. Essa mudança de estratégia foi acompanhada por uma mudança na comunicação. Evitando o estilo militante da ultraesquerda, os ativistas optaram por uma forma de comunicação política simplificada e emocionalmente carregada, no sentido de fazer os internautas postarem, comentarem e compartilharem mensagens ativistas. Memes, hashtags, emoticons e outros recursos interativos e participativos das mídias sociais foram usados dentro desse novo repertório de comunicação de protesto. Páginas políticas no Facebook e conversas no Twitter foram transformadas em pontos de encontro online para agregar uma massa³ formada por usuários da internet altamente dispersos e diversos, e como campo de treinamento para preparar os manifestantes para seu salto final “das telas para as ruas”; do isolamento físico das interações na web à imersão corporal da ação de protesto nas praças ocupadas.

Contrariando o discurso de falta de liderança e horizontalidade que muitas vezes acompanhou as comunicações digitais dos protestos, as mídias sociais ativistas estavam longe de ser espaços sem liderança; a dependência da participação do usuário não significa ausência de organização e liderança. De fato, as comunicações do movimento das praças possuíam uma forte dinâmica de liderança.⁴ Testemunhou-se o

1. O termo une as palavras *net* [rede] e *citizen* [cidadão], retirando desta última a parte que faz referência a sua origem etimológica referente a *civitas*, do latim, que quer dizer cidade. [N.T.]
2. Desenvolvi esse conceito em outro lugar, ver Gerbaudo (2014).
3. A noção de agregação pode ser oposta a networking como propõe Juris (2012).
4. Esse argumento se baseia em pesquisas anteriores conduzidas por mim, em particular em meu livro *Redes e ruas*.

surgimento de “vanguardas digitais” – estruturas coletivas e informais de liderança – que conduziram o processo de mobilização online, como visto no surgimento de equipes de mídias sociais e coletivos de comunicação que gerenciavam contas-chave com centenas de milhares de seguidores e curtidas. Como veremos, o desencontro entre o discurso da ausência de liderança e a realidade de uma liderança emergente e informal levou a uma série de grandes embates nos círculos ativistas em torno do controle dos ativos da internet, levantando questões éticas e políticas difíceis sobre a natureza do poder e da organização em uma era digital, que continuam a preocupar os movimentos de protesto desde então.

Ocupando o mainstream digital

236

“Para ser honesto, no começo ríamos um pouco sobre essa coisa do Facebook e do Twitter”, admite Petros, um veterano de 34 anos do movimento antiglobalização e campanhas de esquerda, participante do movimento *Aganaktismenoi* em Atenas. Isso denota a suspeita e as reações de escárnio de ativistas mais experientes em relação ao uso das redes sociais. A adoção aparentemente entusiástica de plataformas corporativas como Facebook e Twitter para fins de comunicação gerou desaprovação de muitos ativistas, em particular de experientes ativistas em tecnologia e veteranos do movimento antiglobalização, que muitas vezes consideravam esse uso das redes sociais um sinal de ingenuidade política e ignorância em relação às lutas do passado, que se esforçaram para construir infraestruturas de comunicação alternativas e autogestionadas.

Essa divergência, na prática, não se deu apenas em relação à evolução tecnológica. Refletia uma diferença mais geral entre o movimento antiglobalização e o movimento das

praças, do ponto de vista filosófico, sobre como a internet havia sido concebida como um espaço de comunicação e mobilização. O movimento antiglobalização adotou amplamente uma abordagem ciberlibertária e separatista, voltada para a construção de uma “internet alternativa”: uma infraestrutura de comunicação autônoma fora do controle do capital e do Estado. Os ativistas de 2011 optaram por uma estratégia ciberpopulista mais pragmática de ocupação do *mainstream* digital, valendo-se das poderosas capacidades de redes sociais como Facebook e Twitter como o meio mais adequado para cumprir sua aspiração de construir uma “política dos cidadãos indignados”. Essa mudança de abordagem resultou da crença de muitos ativistas mais jovens de que as formas anteriores de comunicação na internet, embora assegurassem algum controle sobre a infraestrutura, acabaram levando à autoguetização em espaços exclusivos de ativistas; “comunidades virtuais” da internet alternativa. Essa convicção fez com que tentassem “ocupar o ‘*mainstream* digital’”: o conjunto de plataformas e serviços populares utilizados diariamente pela maioria da população conectada digitalmente.

O espírito das operações na internet do movimento antiglobalização é condensado na declaração do músico e ativista americano de punk rock Jello Biafra: “Não odeie a mídia, torne-se a mídia”, adotado como lema pelo site de notícias alternativas *Indymedia*,⁵ a voz do jornalismo digital do movimento antiglobalização. Para que essa voz fosse ouvida, os ativistas acreditavam que primeiro precisavam criar sua própria infraestrutura comunicativa, pois não havia como desenvolver formas de comunicação genuínas e livres dentro de um sistema capitalista sempre obrigado a priorizar

237

5. *Indymedia*: <https://www.indymedia.org.uk/>.

o lucro e censurar conteúdos radicais, com a cumplicidade do Estado. Essa abordagem foi inspirada na longa luta pela mídia alternativa nas décadas de 1960, 1970 e 1980, que levou à criação da imprensa underground e das rádios piratas, pelas quais os movimentos sociais faziam circular conteúdos que, de outra forma, não teriam encontrado espaço na grande mídia. Com base nessa tradição, os ativistas se envolveram no desenvolvimento de vários serviços de internet para a comunidade ativista, como o fornecimento de espaço de servidor para sites, contas de e-mail e listas de discussão, bem como esforços de educação de base por meio de vários espaços e eventos de hackers.

O canal digital mais importante desenvolvido pelo movimento por justiça global foi o *Indymedia*, contração de Independent Media Center [Centro de Mídia Independente], “um coletivo de organizações de mídia independente e centenas de jornalistas que oferecem cobertura de base não corporativa”. Formado durante os protestos de 1999, em Seattle, o *Indymedia* relatou várias lutas e campanhas locais para fornecer uma visão alternativa à da grande mídia. No cerne do *Indymedia* se encontrava a filosofia da “publicação aberta”,⁶ um sistema sem controle e filtragem editorial e no qual os usuários podiam publicar livremente o que quisessem, de uma forma que antecipava a lógica “gerada pelo usuário” da Web 2.0.

Além de usarem a internet como meio de “contrarrepresentação”, para equilibrarem o que foi percebido como relato distorcido da grande mídia, os ativistas também usaram a web para a realização de debates internos e como plataforma organizacional para troca de informações nos

6. Sobre o conceito de publicação aberta, ver Pickard (2006).

preparativos para vários eventos de protesto. Ativistas de tecnologia criaram uma série de provedores alternativos de serviços de internet, incluindo Riseup⁷ e Aktivix⁸ no Reino Unido; Inventati⁹ e Autistici¹⁰ na Itália; e Nadir¹¹ na Alemanha. Sua missão era fornecer uma variedade de serviços de comunicação ativistas, criptografando contas de e-mail individuais e gerenciando listas de servidores sobre diferentes tópicos de interesse, desde informações práticas sobre protestos contra cúpulas até discussões sobre ocupações, cicloclismo, permacultura e questões políticas radicais semelhantes. Listas de e-mail públicas, como g8-int, Radical Europe, Dissent, Gipfelsoli e Peoples' Global Action (PGA), foram um meio-chave de coordenação para mobilizações locais e transnacionais na circulação de informações sobre eventos de protesto futuros, como contra o G8 ou acampamentos contra a energia nuclear.

As operações na internet do movimento antiglobalização refletiam seu imaginário de autonomia e autogestão que se opunha ao domínio do Estado e do mercado e buscava construir, no jargão autonomista, “o comum”, um espaço nem privado, nem público, constantemente reproduzido por seus usuários. Essa estratégia refletia o que Hakim Bey chamou de Zona Autônoma Temporária, ou TAZ (na sigla em inglês), uma fugaz “utopia pirata” anarquista surgida nos interstícios do sistema (Bey, 1991). Um dos mais importantes provedores alternativos de serviços de internet na Itália foi

7. Riseup: <https://mail.riseup.net>.

8. Aktivix: <https://aktivix.org>.

9. Inventati: <https://www.inventati.org>.

10. Autistici: <https://www.autistici.org>.

11. Nadir: <https://www.nadir.org>.

o Isole nella Rete [Ilhas na Rede], evocando uma imagem de pequenos bolsões de resistência no mar do inimigo, sob o controle dos inimigos mortais gêmeos do Estado e do capital. O ativismo na internet constituiu um prolongamento e uma virtualização da política de pequenos grupos de coletivos, grupos de afinidade e ocupações que, como vimos no Capítulo 4, compunham a textura da política contracultural de resistência do neanarquismo.

Os ativistas digitais contemporâneos haviam superado esse imaginário ciberautonomista. A adoção das redes sociais corporativas constitui uma espécie de atualização digital do eterno desejo populista de “ir ao povo”. Se os ativistas decidiram usar essas plataformas corporativas, “foi porque as pessoas estão no Facebook e no Twitter, e foi lá que conseguimos chegar até elas”, explica Marta Franco, ativista dos *indignados* de 32 anos. Joan Donovan, um ativista do Occupy fortemente envolvido no trabalho de comunicação digital durante a mobilização, explica:

Não éramos totalmente anticapitalistas no sentido de não usar o Facebook ou o Twitter, ou outras coisas, só porque eram ferramentas do capital. Nossa ideia era comunicar em todos os lugares, usar essa pluralidade de meios de comunicação, deixar correr solto e ver o que acontece em diferentes lugares.

Asun Villar, uma ativista dos *indignados*, compartilha dessa posição e diz: “Se pode ser usado, deve ser usado. Não estamos no sistema de qualquer forma?”. Ela continua dizendo que, embora existam riscos evidentes no uso das mídias sociais, como “a capacidade de ser monitorado”, também há benefícios, pois “os que estão no poder não são

capazes de controlar as informações da mesma maneira que no passado” e “o que importa é a capacidade desses meios de transportar grandes quantidades de informação, o que as autoridades não querem que tenhamos”. Esses testemunhos ilustram a atitude pragmática na base das comunicações pela internet nos movimentos de 2011 e a maneira como, embora os ativistas estivessem cientes da natureza corporativa desses canais de comunicação, eles viam, estrategicamente, que os potenciais benefícios superavam os inconvenientes.

A virada ciberpopulista nas comunicações digitais foi um reflexo da popularização da internet nos últimos quinze anos e das novas oportunidades que ela abriu para os ativistas. Enquanto em 2001, no auge do movimento antiglobalização, apenas 8% da população mundial e 30% nos países desenvolvidos tinham acesso à internet, o total de usuários em 2012 era de 2,7 bilhões em todo o mundo, 40% da população global. Além disso, todos os países atingidos pelo movimento das praças experimentaram um crescimento impressionante do uso da internet e das mídias sociais nos anos anteriores a esses levantes, com a posse de uma conexão deixando de denotar um indicador de privilégio para ser algo bastante comum. O que enfrentamos nesse contexto não são apenas as “redes sociais”, como são chamadas, mas também uma rede de massas; as mídias sociais integraram lógicas comunicativas um-para-um e um-para-muitos, conduzindo a possibilidades de alcance sem precedentes, como sugerido por Manuel Castells (2009) com seu conceito de “autocomunicação de massa”. É nesse ecossistema comunicacional que “uma nova geração global despontou” para a qual a conectividade digital, usada para manter contato com amigos e familiares, é parte integrante da experiência cotidiana, como argumenta Javier Toret, e como tal “o movimento surge diretamente

da internet, de um setor muito transversal da população que compartilha o uso da tecnologia digital”. A partir do engajamento diário com a internet, muitos jovens tiveram a oportunidade de se destacar na política, porque, como observa Paique Duques, ativista brasileiro do Movimento Passe Livre, “as pessoas têm menos medo de intervir em um fórum de internet do que em uma assembleia”. Para muitos *millennials*, participar de discussões políticas na internet constituiu uma espécie de “batismo político”, como argumenta Mustafa Shamaa, um jovem manifestante egípcio.

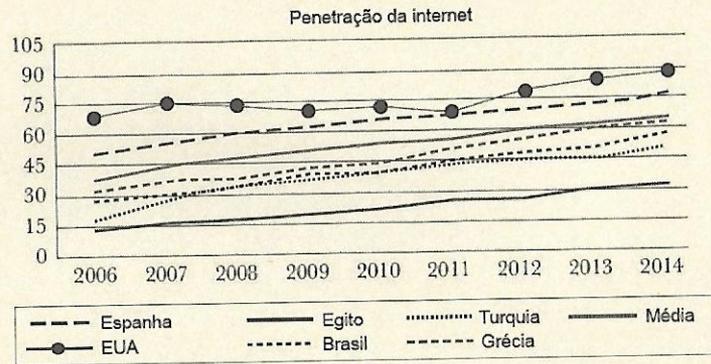


Figura 5.1: Acesso à internet (% da população adulta) (Banco Mundial, 2016).

Ao usarem plataformas de redes sociais corporativas como Facebook e Twitter, os ativistas reivindicam as plataformas populares que são “populares” em dois aspectos (Taylor, 2014). Em primeiro lugar, esses serviços corporativos devem seu êxito à participação ativa de milhões, que contribuem com seu “trabalho em rede” e com seus dados pessoais, dos quais essas empresas extraem enormes lucros. Em segundo, essas corporações lucraram diretamente com a

criatividade dos movimentos sociais e, em particular, com as experimentações com novas formas de comunicação digital conduzidas por hackers e ativistas digitais durante o movimento antiglobalização. Conforme observado pelo ativista brasileiro Pablo Ortellado, “as ferramentas da Web 2.0 foram criadas por nós”, ou seja, por movimentos de protesto (vários dos principais desenvolvedores de Twitter, Flickr e Craigslist foram ativistas tecnológicos do *Indymedia*). Corporações como Facebook e Twitter “trouxeram ao mercado a lógica participativa introduzida pelo *Indymedia*” e sua filosofia de publicação aberta, e a converteram com sucesso em uma lógica comercial em grande escala que permite que bilhões de pessoas em todo o mundo se comuniquem umas com as outras. Mas, por sua vez, “os ativistas perderam o controle sobre as plataformas”, explica Ortellado. Ao utilizarem as redes sociais corporativas para fins que possivelmente têm pouco valor comercial a seus anfitriões, os ativistas estão, de certa forma, “expropriando os expropriadores”, reivindicando para uso popular o que legitimamente pertence ao povo.

Essa ocupação do *mainstream* digital, no entanto, forçou os ativistas digitais a jogarem em território inimigo e, portanto, os expôs a sérios riscos. Os ativistas da onda de protestos de 2011–2013 já suspeitavam desses perigos, que posteriormente acabaram bem documentados com as revelações do escândalo NSA Prism.¹² O analista de sistemas Edward Snowden revelou que a Agência de Segurança Nacional dos Estados Unidos (NSA, na sigla em inglês) e seu

12. “Datagate” foi um escândalo público vazado pelo analista de sistemas norte-americano Edward Snowden, que revelou a realidade dos programas de vigilância em massa da internet realizados pela NSA nos Estados Unidos e pelo GCHQ no Reino Unido, com a colaboração de outras agências de segurança em todo o mundo.

similar britânico Government Communication Headquarters (GCHQ), além de tantas outras organizações de inteligência, utilizaram redes sociais como ferramentas de vigilância em massa. Essas revelações levantaram preocupações razoáveis sobre os riscos envolvidos no uso de plataformas corporativas para fins de protesto, já que o *back-end* dessas ferramentas pode ser facilmente acessado pelos serviços de segurança. Os ativistas também enfrentaram censura nas redes sociais, como visto no fechamento reiterado de páginas do Facebook, como *Anarchist Memes* e a página turca *Ötekilerin Postası* [O Outro Post], com episódios semelhantes ocorrendo no Twitter.¹³ Além disso, a natureza comercial – com o predomínio de notícias sobre celebridades e conteúdo de entretenimento – das redes sociais pode levar à banalização da comunicação política (Lovink, 2011).

Resumindo, podemos compreender as razões da estratégia de ocupação do *mainstream* digital, apesar das evidentes desvantagens, como um movimento pragmático para explorar a janela de oportunidade única que surgiu no início dos anos 2010, quando essas plataformas experimentaram um pico nas taxas de uso, mas ainda não haviam atingido um ponto de saturação, e seus algoritmos dos feeds de notícias eram mais favoráveis aos oprimidos. Como sempre, os movimentos de protesto são eficientes em localizar oportunidades históricas, e isso não foi exceção, levando a possibilidades de alcance em massa que estavam além dos sonhos mais selvagens da geração anterior de ativistas, permitindo assim fugir do gueto ativista virtual em que os ativistas tecnológicos foram encurralados durante o movimento antiglobalização. Essa janela de oportunidade, porém, parece agora

13. <https://www.facebook.com/10.posta>.

estar se fechando rapidamente, à medida que as redes sociais se voltam cada vez mais para seus imperativos comerciais, empurrando conteúdo pago e promovido e alterando seus algoritmos de maneira desfavorável para grupos sem fins lucrativos. Foi o caso da modificação do algoritmo do feed de notícias do Facebook, que limitou significativamente a visibilidade do conteúdo proveniente das páginas de organizações, alguns dos canais mais importantes usados pelos ativistas. O Twitter tem discutido modificações semelhantes. É claro que, a médio e longo prazos, os ativistas também precisarão voltar à questão do controle sobre infraestruturas e serviços, que foi o foco de preocupação dos *techies* antiglobalização. O objetivo final é criar serviços que possam ser verdadeiramente descritos como “plataformas populares”, não porque são utilizadas por pessoas comuns, mas também porque estão sob sua gestão e controle, como prefiguram os atuais debates sobre redes sociais federadas e “plataforma cooperativas”.¹⁴

Mobilizando o “netizen”

Para cada um dos movimentos das praças do Egito à Turquia, as mídias sociais foram “a forma como a informação foi divulgada para as massas”, argumenta o ativista turco Sarphan Uzunoğlu, e as tecnologias por meio das quais “as massas podem ser mobilizadas”, como expressou a ativista espanhola Asun Villar. Esse elemento de “massa”, bem descrito por Manuel Castells, é fundamental para entender a mudança na lógica comunicacional dos protestos introduzida pelos

14. A possibilidade de criar novas redes sociais e serviços de dados foi recentemente discutida em conferências e seminários por vários estudiosos, incluindo Trebor Scholz.

ativistas de 2011. Refletindo seu compromisso com a política de autonomia, o movimento antiglobalização usou a internet como uma extensão de sua política de pequenos grupos, sempre em conexão com estruturas mais tradicionais de mobilização ativista, incluindo as densas redes pessoais de movimentos sociais, e ainda contando com reportagens da grande mídia sobre as próximas ações para mobilizar mais pessoas. O movimento das praças, em oposição, mudou para um modelo populista expansivo de comunicação online que, em vez de simplesmente fazer “networking” de indivíduos e grupos, sinalizava um processo de agrupamento em massa de participantes atomizados e dispersos em uma única “aglomeração” online, para usar um termo que se tornou atual no léxico da Web 2.0.¹⁵

Essa mudança na comunicação gira em torno do primeiro plano das funções públicas e externas das mídias digitais acerca de seu uso como meio interno de organização. É claro que essas duas funções – a interna e a externa – foram representadas no kit de ferramentas de agitprop contemporâneo, que usa diferentes aplicativos e serviços para propósitos diversos. Conforme descrito pela ativista espanhola Marta Franco:

O Facebook e o Twitter [foram] usados como espaço de networking, difusão de informação e discussão pública; serviços de vídeo, como o YouTube, e aplicativos de transmissão ao vivo, como o Bambuser, como meio de distribuir propaganda do movimento, representar eventos de protesto e documentar a violência policial; serviços de bate-papo como Skype e Mumble [foram usados] para realizar reuniões organizativas internas.

15. O argumento aqui segue as linhas de Juris (2012).

Mas os componentes públicos e de divulgação foram os que fizeram a diferença para o novo modelo de comunicação online.

“A mudança-chave foi quando deixamos de usar o Facebook principalmente como uma plataforma para discussões internas para usá-lo como uma plataforma de comunicação pública com pessoas de fora do nosso grupo”, diz Ahmed Maher, cofundador de 31 anos do Movimento Jovem 6 de Abril, uma organização fundamental na revolução egípcia. Embora a internet tenha sido anteriormente usada sobretudo como uma plataforma de coordenação interna, proporcionando a grupos ativistas geograficamente dispersos a oportunidade de se organizar a distância, os levantes de 2011 utilizaram as mídias sociais como palanques de forma a maximizar o alcance entre a população em geral. Ao fazê-lo, os ativistas digitais árabes demonstraram ao mundo “o poder das redes sociais, sua capacidade de difusão e de contágio”, argumenta Segundo Gonzalez, de 24 anos, da Juventud Sin Futuro [Juventude Sem Futuro]. Isso levou ativistas da Espanha e de outros países a desenvolverem uma estratégia expansiva que, segundo Fabio Gandara, do Democracia Real Ya, girava em torno da intenção de “usar o poder da internet, as estruturas em rede para nos organizar em todo o país, e fazer uma convocatória cidadã para protestos em massa em toda a Espanha, a partir do ponto de vista do cidadão”.

O sinal mais claro da ressignificação pública e ampliação do ativismo nas mídias digitais foi o surgimento das chamadas contas de mídia social “poderosas” (canais com dezenas de milhares de seguidores), como páginas oficiais no Facebook e contas no Twitter, com audiências de centenas de milhares, se não milhões, de pessoas, que constituíram os canais mais importantes de mobilização dos participantes.

No caso do movimento revolucionário egípcio, os mais proeminentes foram as páginas do Facebook *Kullena Khaled Said* (com 3,7 milhões de curtidas) e *6 April Youth Movement* (com 1,3 milhão de curtidas em julho de 2016).¹⁶ No movimento 15-M/*Indignados*, as contas centrais de mídia social incluíam a página no Facebook do Democracia Real Ya, com cerca de 546 mil curtidas,¹⁷ e sua conta no Twitter, com 233 mil seguidores, ao lado de outros canais de destaque, como Acampadasol, com 73 mil seguidores no Twitter, e Juventud Sin Futuro, com 123 mil curtidas no Facebook.¹⁸ No caso do Occupy Wall Street nos Estados Unidos, os principais canais de mídia social foram as contas do Twitter @OccupyWallStreetNYC, com 205 mil seguidores,¹⁹ e @OccupyWallStreet com 214 mil seguidores,²⁰ e as páginas do Facebook Occupy Wall St. com 815 mil curtidas²¹ e Occupy Together com 310 mil curtidas.²² Esses números estavam duas ordens de grandeza acima da audiência online típica do movimento antiglobalização.

Esse alcance inédito permitiu que os movimentos das praças extrapolassem os habituais círculos ativistas. Os participantes buscaram contornar a mídia tradicional e se pôr diretamente no papel intermediário de representação que, em geral, é desempenhado pelo *mainstream*, visto quase sem exceção pelos ativistas como força escrava do

16. <https://www.facebook.com/shabab6april>.

17. <https://www.facebook.com/AsociacionDRY>.

18. <https://www.facebook.com/juventudsinfuturo>.

19. <https://twitter.com/OccupyWallStNYC>.

20. <https://twitter.com/OccupyWallSt>.

21. <https://www.facebook.com/OccupyWallSt?fref=photo>.

22. <https://www.facebook.com/OccupyTogether>.

establishment. Assim, por exemplo, Jorge Izquierdo, um ativista espanhol de 38 anos, explica que, através das mídias sociais, “posso agora ignorar todos os meios de comunicação, incluindo os supostamente progressistas. Posso ignorar *Público*, *El País* ou *La Sexta*. Isso é algo muito novo”. Nesse contexto, o destinatário não era mais o ativista ou o internauta já politizado da elitista Web 1.0, mas o público genérico da mídia jornalística que os ativistas queriam substituir: era “toda e qualquer pessoa”, o “netizen”, ou o “internauta genérico”²³ como representante (dentro do espaço da internet) do Povo e dos cidadãos que os movimentos das praças convocavam.

A estratégia ciberpopulista da onda de 2011 foi acompanhada por uma modificação no estilo comunicacional dos protestos, com ativistas do Egito ao Brasil adaptando o conteúdo à especificidade das mídias sociais e de seus públicos (Zuckerman, 2008). Como expressa Isham Christie, ativista do Occupy Wall Street, uma preocupação constante dos ativistas responsáveis pela manutenção de contas no Twitter e no Facebook era desenvolver um discurso “ao mesmo tempo radical e popular”. Nas palavras da ativista britânica Kirsten Forkert, atuante em protestos estudantis e campanhas antiausteridade, um discurso que pudesse expressar a necessidade urgente de mudança social, mas de tal forma que chegasse aos tantos “que ainda não se identificam como ativistas”. Segundo Pablo Gallego, de 23 anos, formado em administração de empresas e militante do Democracia Real Ya, é justamente essa mudança de conteúdo que levou “pessoas normais, pessoas como eu e você, que não tinham nenhum compromisso político, [a responderem] ao chamado para sair”.

23. Introduzo o conceito de “internauta genérico” em Gerbaudo (2014, p. 67).

Para esse fim, fizeram uso de tropos do que se poderia chamar de cultura digital-popular, em referência à ideia de “nacional-popular” de Antonio Gramsci (1972), como um espaço cultural na intersecção da cultura popular com a digital que vinha despontando nas redes sociais de massa como Facebook, YouTube, Instagram, Twitter e tantas outras. Especificamente, aplicaram três soluções estilísticas que melhor lhes permitiram explorar os costumes dos usuários de mídias sociais: texto nítido em postagens, evitando a verbosidade e obscuridade da esquerda militante; expressão emocionalmente carregada para motivar potenciais participantes; abundante conteúdo visual na forma de memes, fotos e vídeos da internet; e o aproveitamento da lógica de interatividade e colaboração coletiva, como visto em blogs de coletivos ativistas.

250 Os ativistas digitais abandonaram o conteúdo prolixo e muitas vezes excessivamente intelectualizado da comunicação radical da esquerda. No lugar, aperfeiçoaram o estilo de escrita conciso do Facebook e do Twitter, canalizando seu conteúdo em textos breves, incisivos, eventualmente na forma de slogans ou mesmo de simples hashtags, como as cem mil hashtags com o tema Occupy que foram criadas no auge do movimento. Para Segundo Gonzalez, ativista dos *indignados* e depois deputado pelo Podemos, “a internet exige que você desenvolva seu discurso de uma forma muito simplificada, porque se há muitas palavras, as pessoas não leem. Ninguém lê um texto de seis parágrafos, ninguém o compartilha”. Além disso, para não afugentarem usuários de internet não politizados, ativistas do Egito à França evitaram quase que completamente termos que poderiam soar muito políticos, difíceis ou ideológicos, optando pelo que Pablo Gallego chama de “eufemismos”, como “ricos” no lugar de “capitalistas” e “pobres” em vez de “classe trabalhadora”.

Além da brevidade, os ativistas tentaram enfatizar o conteúdo emocional sobre o informativo. Isso pode ser visto no tom profundamente emotivo de muitas mensagens de status e tweets enviados por ativistas, repletos de emoticons, pontos de exclamação e letras maiúsculas para atrair a atenção e o engajamento do público. Os ativistas também tentaram usar uma linguagem positiva, expressando as possibilidades emancipatórias da ação popular, eventualmente também adquirindo um tom profético, afirmando a certeza na vitória final da mobilização popular. Vejamos, por exemplo, a mensagem de status postada na página do Facebook *Kullena Khaled Said* em 25 de janeiro de 2011, no início da revolução:

Eu nunca tinha visto isso no Facebook antes... O convite para o 25 de janeiro chegou a quinhentos mil usuários do Facebook; 27 mil responderam. As pessoas nos vilarejos precisam saber que há uma solução. Que vamos agir e dizer “não”. Que exigimos os nossos direitos. Vamos fazer isso, egípcios. Vamos mostrar ao mundo que não somos covardes e que estamos prontos para sacrificar o que quer que seja por nossos direitos. (Ghoniem, 2012, p.143)

Da mesma forma, a página do Democracia Real Ya no Facebook registrou em 10 de abril: “Já temos vinte mil seguidores indignados no Facebook!”; em 26 de abril anunciou “Já somos trinta mil indignados confirmando participação no evento estadual! Convide seu contato e vamos continuar crescendo!”. Essas mensagens destacam como as comunicações nas mídias sociais foram voltadas para motivar os participantes e infundir-lhes um senso de entusiasmo coletivo, ou o que descrevi em outro lugar como

“entusiasmo digital” (Gerbaudo, 2016), ainda mais importante devido à dispersão física e individualização de suas interações online.

A mídia social é conhecida por ter um caráter eminentemente visual, e os ativistas digitais deram muita ênfase ao material visual, incluindo memes, vídeos de propaganda publicados no YouTube e transmissões ao vivo dos protestos. Exemplos dessa tendência foram vários memes populares da internet, ou mais precisamente “imagem macro”, como o meme turco “Lady in Red” ou o meme “Pepper Spray Cop”.²⁴ O primeiro surgiu de uma foto tirada durante o ataque à ocupação do parque Gezi no final de maio de 2013, onde uma mulher de vestido vermelho foi atacada pela polícia. Já o segundo foi desencadeado por uma foto de um policial casualmente pulverizando gás de pimenta em um grupo de manifestantes sentados no chão na Universidade da Califórnia em Davis, em 18 de novembro de 2011. As duas fotos foram o estopim para uma avalanche de montagens, com a silhueta do policial da UC Davis colada na pintura da Declaração de Independência, de John Trumbull, e na Criação de Adão, de Michelangelo, na capela Sistina. Transmitiram, de forma imediata e lúdica, a estupidez e a brutalidade da repressão policial e seu vil ataque a indivíduos indefesos, prova de que a polícia serve à oligarquia e não ao cidadão comum.

Um elemento final da retórica popular digital usada pelos ativistas de 2011 foi a adoção da lógica da Web 2.0 de colaboração coletiva. Wael Ghonim (2012), de fato, descreveu a revolução egípcia como a Wikipedia, em que cada

24. Discuti em outro espaço o papel dos memes e sua adoção como avatares de protestos, ver em Gerbaudo (2015).

usuário contribuiu sugerindo coletivamente palavras de ordem, preparando materiais visuais e similares. Ativistas digitais apelaram sistematicamente ao imaginário da “sabedoria da multidão”²⁵ e ao discurso de cooperação e compartilhamento *peer-to-peer* da Web 2.0, tentando explorar o potencial criativo e cooperativo dos usuários da internet. Como ativistas de tecnologia antiglobalização, eles se basearam na “ideia de participação e criação de um diálogo”, como posto pelo acadêmico brasileiro de 40 anos Pablo Ortellado, ativista do *Indymedia*, embora operassem em uma escala muito maior do que seus antecessores.

Um exemplo dessa comunicação de massa participativa que compôs o movimento do ativismo digital das praças são os diversos blogs de colaboração coletiva por justiça social que se tornaram símbolo do espírito participativo dos movimentos de 2011-2013. O mais famoso é o Tumblr “We Are the 99 Percent”, criado por ativistas do Occupy Wall Street, que recebeu centenas de relatos angustiados de cidadãos norte-americanos e, em particular, da “classe média espremida”, na esteira da crise financeira. Os manifestantes foram convidados a tirar uma selfie enquanto seguravam uma mensagem explicando sua situação, transformando a selfie, o símbolo da vacuidade da cultura digital, em uma via de expressão política. Reunindo centenas de contribuições – que confirmaram, tal qual em um ensaio experimental, a gravidade de várias questões sociais, como pobreza, falta de moradia, racismo ou condições precárias de trabalho –, esses blogs de colaboração coletiva funcionam como um meio de agregar indivíduos isolados, fazendo-os se sentirem parte da

25. A ideia de “sabedoria da multidão” vem da velocidade sem precedentes com que a informação pode ser intercambiada via sistemas tão complexos como a internet. Ver Surowiecki (2005).

mesma “multidão”, compartilhando uma experiência e queixas semelhantes. Assim, esses blogs não só se alimentavam da multidão, mas também a construíam.

Contrariando a ideia de “ativismo de sofá”²⁶ proposta por tecnopessimistas como Evgeny Morozov (2009), essas comunicações online nunca foram concebidas para substituir ações de protesto offline. Sua filosofia foi resumida no lema do Occupy Wall Street, “Organize-se online – Ocupe offline”; a ideia era que os ativistas tivessem de ser reunidos em discussões online como uma etapa preliminar antes do último “salto à rua”. Ativistas enfatizaram, explícita e insistentemente, a urgência de transformar a dissidência online em protestos offline, como vemos em exortações como as palavras de ordem espanholas “Ocupe a rua”, o correlato brasileiro “Vem pra rua”, apropriado de um anúncio de carro da Fiat, e a convocatória “Vamos sair do Facebook”. Como o ativista egípcio Ahmed Sabry argumenta: “O Facebook é bom, tudo é bom, mas a menos que você tenha pessoas reais realmente querendo e dispostas a protestar, você não vai a lugar nenhum”. Da mesma forma, Mark, um ativista de 25 anos do Occupy Wall Street, explica: “A internet deve ser vista como algo para fazer a bola rolar, para espalhar a palavra. As pessoas ainda precisam sair às ruas”. Como Asun Villar resume: “Através da internet, do Facebook e do Twitter, as pessoas viram que há outros como elas, que pensam como elas. Que estão igualmente indignados. E acho que foi isso que as fez ousar participar”.

26. No original, *slacktivism*, ou seja, o ativismo dos *slackers* (preguiçosos). [N.T.]

As mídias sociais foram concebidas como uma espécie de “campo de treinamento” que poderia fazer com que participantes em potencial, em grande parte não politizados, ganhassem confiança em si e nos outros e o entusiasmo necessário para participar de protestos reais nas ruas. Para traduzirem esse potencial em participação real, os ativistas fizeram uso dos recursos das mídias sociais que permitem a organização de eventos, como a do Facebook, como canais de encontro de uma base social altamente dispersa em um ponto focal de mobilização no espaço e tempo. Isso foi visto nos protestos egípcios de 25 de janeiro, lançados por meio de um evento no Facebook, e levou ativistas no Egito a falar de sua revolução como a primeira a ser “pré-programada”. Essa prática seria posteriormente adotada por ativistas de todo o mundo, facilitando a transformação das multidões online reunidas em torno de páginas do Facebook e hashtags do Twitter em multidões offline que ocupam praças públicas de Tahrir à Sintagma.

O surgimento das vanguardas digitais

Uma das narrativas dominantes sobre o movimento das praças é de que eles eram completamente espontâneos e sem liderança, e que suas comunicações refletiam essa natureza não hierárquica, como argumentam Paul Mason e Manuel Castells, entre outros, que retratam com frequência esses movimentos como redes lutando contra hierarquias. Muitos dos meus entrevistados de fato acreditavam que a principal contribuição das mídias sociais era que elas poderiam imprimir maior horizontalidade aos movimentos sociais.

Esse discurso da ausência de liderança e horizontalidade sugere a maneira como a comunicação digital interrompeu modos de organização anteriormente rígidos e formais e deixou as organizações mais flexíveis e porosas. No entanto, é errado supor que a flexibilidade e o maior grau de abertura da organização digital equivalem ao desaparecimento da liderança e da hierarquia. Como argumentei em *Redes e ruas* (2021, p. 139-145), longe de desaparecerem no mundo online das páginas do Facebook, conversas no Twitter e tópicos do Instagram, surgiram novas formas de liderança que fizeram uso das possibilidades interativas dessas plataformas, como curtir, compartilhar, comentar, retuitar e favoritar, bem como da escala massiva de seu alcance, que extrapolou em muito qualquer coisa disponível na era da Web 1.0 para construir novas formas de direção da ação coletiva. Essa persistência e transformação da liderança eram, de fato, parte de uma tendência mais ampla: muitos fenômenos digitais que as pessoas consideram sem liderança – do Linux à Wikipédia – têm, de fato, suas próprias formas de liderança e hierarquia. Mesmo o grupo hacker Anonymous, supostamente o mais horizontal dos grupos de protesto contemporâneos, tem seus próprios líderes e facções.²⁷ Não deveria surpreender que – para além de seu apelo à ausência de lideranças – o movimento das praças possuísse seus próprios líderes (e mais notavelmente, lideranças em grupos) que utilizaram a mídia digital como meio de direcionar a ação coletiva.²⁸

27. Olson (2012) narra o papel desempenhado por ativistas hackers do Anonymous. Gabriella Coleman (2014) também discute a presença de hubs e grupos determinantes no movimento.

28. Meu argumento se baseia no debate feito por Jo Freeman (1972-1973) sobre a tirania das organizações sem estrutura, visão segundo a qual a aparente ausência de líderes frequentemente oculta a presença de elites informais.

Uma das razões para a desconfiança generalizada da hierarquia entre ativistas é sua identificação com a liderança individual e suas manifestações autoritárias. Esse elemento de liderança individual esteve, contudo, em grande parte ausente no movimento das praças, devido ao seu coletivismo e a uma suspeita sobre a política personalista. É verdade que esses movimentos viram a ascensão de certos indivíduos, alguns deles graças à sua presença nas redes sociais, incluindo Wael Ghonim, o administrador da página *Kullena Khaled Said* no Facebook, bem como os blogueiros Gigi Ibrahim, Wael Abbas e Alaa Abdel el-Fattah, no Egito; ativistas como David Graeber, David Ross, Justin Wedes e Micah White nos Estados Unidos; Elisa Quadros, a “Sininho”, uma ativista que foi posta no centro das atenções durante um julgamento após os protestos no Brasil; ou o diretor de cinema e parlamentar curdo Sirri Süreyya Önder, que se postou diante das escavadeiras no primeiro dia dos protestos no parque Gezi. Além disso, também houve celebridades do showbiz que apoiaram o movimento, como Javier Bardem, na Espanha, e Michael Moore, Tim Robbins e o produtor de rap Lupe Fiasco nos Estados Unidos. No entanto, como diz Asun Villar, “não havia um Gandhi nesses movimentos”, ou seja, nenhum líder reconhecível. Na verdade, os líderes individuais repetidamente provaram ser grandes decepções, não menos quando os manifestantes nutriam a princípio alguma esperança neles. Isso foi visto mais claramente no Egito, onde Mohamed ElBaradei, Prêmio Nobel da Paz e ex-candidato presidencial, repetidamente desperdiçou a oportunidade de assumir a liderança do movimento devido à sua indecisão.

embora o tamanho desses grupos variasse significativamente em diferentes estágios da evolução do movimento, com novos integrantes trazidos para lidar com a crescente carga de trabalho à medida que o movimento continuou a crescer.

Como descreve Marta Franco, as equipes de redes sociais seguiam princípios de “abertura” e “consenso”, com coordenação interna tanto através de reuniões presenciais quanto de vários chats e fóruns online: teleconferências por Skype e chats de voz ou texto através de serviços como Mumble e Telegram. Conforme relatado por Andrew, um ativista do Occupy de 26 anos envolvido em várias equipes de comunicação, a vida cotidiana desses grupos era caracterizada por “trabalho de conversação invisível” em que as pessoas “passavam horas e horas conversando umas com as outras”. No entanto, a aplicação da filosofia da horizontalidade foi repetidamente contrariada pela presença de diferenças de poder e uma clara divisão do trabalho político. Enquanto nesses coletivos, supostamente, nunca havia um líder, às vezes ocorria de alguns indivíduos assumirem um papel proeminente, argumenta Klaudia Alvarez, 37 anos, organizadora da equipe de comunicação do Democracia Real Ya.

A presença de uma hierarquia interna foi exacerbada pelo fato de que, para agilizar o trabalho coletivo, a maioria dos grupos ativistas utilizou sistemas de gerenciamento de mídia social, como Hootsuite, CoTweet e Buffer, com sua estrutura hierárquica de permissões de usuários.²⁹ Nesse contexto, os

29. Enquanto no início desses movimentos, algumas equipes simplesmente operavam por meio do fornecimento das informações de login para páginas do Facebook e do Twitter a todos no grupo, na maioria dos casos passaram a usar sistemas de gerenciamento de mídia social para otimizar a produção e o gerenciamento de conteúdo. Essa mudança, porém, também implicou a criação de uma hierarquia de controle sobre o conteúdo produzido.

participantes receberam diferentes “direitos”, com alguns podendo apenas produzir novos conteúdos, como novos tweets ou mensagens de status do Facebook, enquanto outros também tinham o direito de editar e aprovar conteúdo enviado anteriormente. No topo da estrutura estavam os “admins”, aqueles que controlavam o acesso ao sistema de gerenciamento de redes sociais e as senhas das contas. Como explica Tim Fitzgerald, de 30 anos, ativista do Occupy Wall Street conhecido por seu Twitter @diceytrooper, devido às políticas de registro de empresas de mídia social que permitem apenas que indivíduos (ou empresas e organizações registradas) solicitem uma conta, “quem fez a conta no primeiro dia [poderia] reivindicar a conta, afinal, havia um dono”. Como consequência, alguns “acabaram adquirindo todos esses ativos, [o que] os tornou centros de gravidade de forma tal que realmente distorceu a rede”. Além disso, algumas dessas equipes eram dominadas por grupos de amigos e ativistas muito coesos, com possibilidade limitada de inclusão plena de gente de fora, também devido ao temor de infiltração de agentes policiais ou pessoas com agendas políticas diferentes. Steve Reid, de 33 anos, organizador do UK Uncut, uma campanha antiausteridade que foi um recente antecessor dos movimentos das praças, admite: “Dizer que éramos horizontais era um pouco desonesto porque havia um grupo central”.

A presença dessa estrutura hierárquica e de grupos centrais razoavelmente claros, juntamente com a falta de alerta sobre riscos ou políticas viáveis sobre como lidar com controvérsias internas, preparou o terreno para mal-entendidos e recriminações que, às vezes, se transformavam em lutas de poder excruciantes em torno do controle das mídias sociais com efeitos nefastos para a reputação dos movimentos sociais e seus canais oficiais de comunicação.

Na Espanha, deu-se uma cisão no Democracia Real Ya no início de 2012 que explodiu na época do primeiro aniversário dos protestos do 15-M. Um grupo, chamado Refundación, era formado por aqueles que queriam fazer do Democracia Real Ya uma associação legalmente registrada. O outro, chamado Reinicia, queria que o grupo continuasse a ser uma rede. A briga entre os dois lados se transformou em uma disputa vociferante pelo controle das plataformas de mídia social, e o Refundación conseguiu se apossar da página principal do Facebook do Democracia Real Ya; o Reinicia retaliou, garantindo o controle do canal principal do Twitter. Canais alternativos no Facebook e no Twitter foram criados por cada uma das duas facções para desacreditar uma à outra, cada lado alegando ser o “verdadeiro” Democracia Real Ya.

No caso do Occupy Wall Street, conflitos de baixa intensidade em torno do gerenciamento de contas-chave acompanharam todo seu ciclo de vida, mas só explodiram publicamente depois que o movimento começou a declinar. O incidente mais famoso ocorreu em fevereiro de 2014. Justine Tunney, uma engenheira do Google e uma das primeiras organizadoras do movimento, que criou várias contas na internet, incluindo occupywallst.org (conhecido entre os ativistas como STORG) e a página principal do Facebook, declarou o controle sobre a conta principal do Twitter, @OccupyWallSt. Decepcionada com a falta de reconhecimento por sua contribuição ao movimento e desiludida com a direção tomada por ele, Justine expressou sua frustração em uma cascata de mensagens, algumas das quais bastante bizarras, no que um de seus amigos descreveu como “um colapso nervoso bem público”. Mais tarde, no mesmo ano, Justin Wedes, outro ativista importante do Occupy Wall Street baseado em Detroit, após uma discussão de longa

data com membros da equipe de mídia social “Tweet boat”, afirmou o controle sobre outro importante ativo de mídia social do movimento, o @OccupyWallStreetNYC, antes de suspender a conta. Histórias semelhantes de brigas de ativistas sobre o controle de contas de mídia social surgiram de diversos outros movimentos operando ao mesmo tempo e compartilhando uma filosofia horizontalista semelhante, como o movimento israelense Indignados e o movimento indígena canadense Idle No More.

Seria muito fácil ler esses episódios simplesmente como resultado de fraquezas pessoais ou egomania e tendências oportunistas que são tão prevalentes nas sociedades neoliberais contemporâneas. Precisamos entendê-los também como reflexos do puritanismo irreal desencadeado quando a horizontalidade é adotada não como parte de uma visão utópica do mundo que o movimento quer alcançar, mas como uma prescrição rígida para a prática real. A horizontalidade não é uma solução para a questão da liderança; apenas varre a questão para debaixo do tapete. Os apelos à horizontalidade muitas vezes forneciam uma cortina de fumaça conveniente para os líderes de fato, para evitar qualquer discussão coletiva sobre liderança e não abrir mão de sua posição privilegiada ou ser questionados sobre seu comportamento. Não é por acaso que, como Stephanie, uma participante do Occupy Wall Street de 27 anos, descreve: “Com frequência, dentro das equipes de comunicação criadas por esses movimentos, os defensores mais fanáticos da horizontalidade e da falta de liderança eram precisamente os líderes de fato!”. Esses problemas exigem um repensar sério sobre a viabilidade do princípio da horizontalidade e a plausibilidade de outros princípios coletivos e protocolos organizacionais que poderiam tornar as formas emergentes de liderança mais transparentes e responsáveis.