

Estratégias de educação política dos partidos brasileiros: as iniciativas digitais

Strategies of Political Education of Brazilian parties: digital initiatives

ANTONIO TEIXEIRA DE BARROS*

MALENA REHBEIN RODRIGUES**

LÚCIO MEIRELES MARTINS***

Resumo

Analisa as estratégias de educação política dos partidos políticos brasileiros. Os pressupostos teóricos são ancorados em contribuições da sociologia política, com ênfase para autores que enfatizam o papel político da educação nas sociedades democráticas, tais como Weber, Arendt e Habermas. A metodologia consistiu no monitoramento dessas iniciativas nos websites dos 32 partidos com registro na Justiça Eleitoral. O levantamento indica que 28 deles (82,5%) investem em algum tipo de projeto de educação política. As iniciativas mais comuns são: educação política para jovens, cursos regulares de curta duração à distância, educação ambiental, história política e pensamento político clássico. A principal conclusão é que tais estratégias constituem, na realidade, modos de propaganda para angariar e formar quadros partidários. O aprendizado político é regido pela lógica de recrutamento, a fim de arregimentar e formar aliados fieis à doutrina dos partidos.

Palavras-chave: Partidos políticos. Sociologia Política. Educação política. Propaganda política.

Abstract

This paper examines the strategies of political education of Brazilian political parties. The theoretical assumptions are anchored in contributions from political sociology, with emphasis on authors who emphasize the political role of education in democratic societies, such as Max Weber, Hannah Arendt and Jürgen Habermas. The methodology consisted in monitoring these initiatives on the websites of the 32 parties registered with the Electoral Court. The survey

* Doutor em Sociologia. Docente e investigador do Programa de Mestrado em Ciência Política do Centro de Formação da Câmara dos Deputados (CEFOP) – Brasil. Correo electrónico: antonibarrosgmail.com

** Doutora em Ciência Política. Docente e investigador do Programa de Mestrado em Ciência Política do Centro de Formação da Câmara dos Deputados (CEFOP) – Brasil. Correo electrónico: malena.rehbein@gmail.com

*** Especialista em Instituições e Processos Políticos do Legislativo. Investigador do Programa de Mestrado em Ciência Política do Centro de Formação da Câmara dos Deputados (CEFOP) – Brasil. Correo electrónico: lucio-goiano@hotmail.com

indicates that 28 of them (82.5 %) invest in some kind of political education project. The most common initiatives are: political education for young people, regular short courses at a distance, environmental education, political history and classical political thought. The main conclusion is that such strategies are in fact ways of advertising to raise and train party cadres. Political learning is governed by the logic of recruitment in order to recruit and train faithful to the doctrine of allied parties.

Keywords: Political parties. Political Sociology. Political education. Political propaganda.

Estratégias de educação política dos partidos brasileiros: as iniciativas digitais
Strategies of Political Education of Brazilian parties: digital initiatives

“Nossa esperança está pendente sempre do novo que cada geração aporta” (Hannah Arendt. Entre o Passado e o Futuro).

Introdução

O objetivo deste artigo é analisar como os partidos políticos utilizam estratégias de educação e formação de seus dirigentes, filiados e simpatizantes. A justificativa para tal enfoque decorreu de levantamento preliminar sobre o perfil dos websites mantidos pelos 32 partidos com registro no Tribunal Superior Eleitoral¹. Tal levantamento demonstrou que a educação política é uma das estratégias adotadas por 28 do total dos 32 partidos registrados, o que mostra a relevância do tema na esfera partidária. Além disso, o assunto é pouco explorado no campo das Ciências Sociais, o que reforça a necessidade de aprofundamento teórico e empírico. O propósito, portanto, é mapear tais iniciativas, com base nas seguintes questões: (a) em que consistem tais estratégias? (b) como os partidos utilizam os recursos de educação política? (c) a quem se destinam tais mecanismos de formação? (d) que conteúdos são priorizados? (e) em que os partidos se aproximam ou se distanciam quando se trata de oferecer tais conteúdos? (f) quais as lógicas que regem a oferta desses cursos? Com base em tais questões, o texto apresenta um

balanço panorâmico das principais iniciativas no campo da educação política no contexto recente. Os pressupostos teóricos são ancorados em contribuições reconhecidas do campo da sociologia política, com ênfase para autores que enfatizam o papel político da educação nas sociedades democráticas, tais como Weber, Arendt e Habermas. A metodologia consistiu no monitoramento dessas iniciativas nos websites dos partidos, com uma cartografia das estratégias utilizadas, o perfil dos cursos oferecidos, objetivos e públicos preferenciais.

Esse escopo analítico é relevante, se considerarmos que os partidos representam a pluralidade ideológica da política (Peirano, 2011), essencialmente ligada ao que se tem chamado de educação para cidadania. Portanto, oferecem, no âmbito do sistema de representação democrático liberal, as possibilidades de adesão política. As diferentes agremiações correspondem às distintas visões e divisões do mercado político. A relevância dos recursos sociais nas relações políticas é expressa na mediação entre as instituições partidárias e seus dirigentes, filiados e simpatizantes. Essa função de mediador em diferentes níveis de relacionamento tem como intuito viabilizar a inserção social dos partidos na vida coletiva e fortalecer o capital político de suas lideranças, principalmente aquelas que ocupam postos relevantes na hierarquia burocrático-partidária. Um exemplo são aqueles que atuam nas instituições parlamentares, como as câmaras de vereadores, as assembleias legislativas e o Congresso Nacional. Nesse caso, a mediação ocorre entre essas lideranças e as redes políticas locais e regionais, vinculando à grande política à política local (Bezerra, 1999).

O levantamento foi realizado no período de fevereiro a abril de 2014. Para tanto foram consideradas as informações oficiais disponíveis no portal da Justiça Eleitoral, complementadas com informações disponíveis nos websites dos próprios partidos. A metodologia para a análise consistiu em duas etapas. A primeira foi o mapeamento das estratégias individuais de cada website, com a anotação dos dados em uma ficha própria. A segunda teve como parâmetro a comparação das estratégias e a identificação daquelas que predominam no conjunto dos sites das 32 legendas.

Os websites examinados constam no Quadro 1.

O texto está organizado em três partes. A primeira

1 O levantamento integra estudo mais amplo sobre as estratégias políticas usadas pelos partidos em seus websites.

QUADRO 1 - PARTIDOS POLÍTICOS REGISTRADOS NO TSE

	Sigla	Legenda	Registro	Website
1	PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro	30.6.1981	http://pmdb.org.br/
2	PTB	Partido TRABALHISTA BRASILEIRO	3.11.1981	http://www.ptb.org.br/
3	PDT	Partido Democrático Trabalhista	10.11.1981	http://www.pdt.org.br/
4	PT	Partido dos Trabalhadores	11.2.1982	http://www.pt.org.br/
5	DEM	Democratas	11.9.1986	http://www.dem.org.br/
6	PCdoB	Partido Comunista do Brasil	23.6.1988	http://www.pcdob.org.br/
7	PSB	Partido Socialista Brasileiro	1º.7.1988	http://www.psb40.org.br/
8	PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira	24.8.1989	http://www.psdb.org.br/
9	PTC	Partido Trabalhista Cristão	22.2.1990	http://www.ptc36nacional.com.br/
10	PSC	Partido Social Cristão	29.3.1990	http://www.psc.org.br/
11	PMN	Partido da Mobilização Nacional	25.10.1990	http://pmn.org.br/
12	PRP	Partido Republicano Progressista	29.10.1991	http://www.prp.org.br/
13	PPS	Partido Popular Socialista	19.3.1992	http://portal.pps.org.br/
14	PV	Partido Verde	30.9.1993	http://pv.org.br/
15	PTdoB	Partido Trabalhista do Brasil	11.10.1994	http://www.ptdob.org.br/home/
16	PP	Partido Progressista	16.11.1995	http://www.pp.org.br/
17	PSTU	Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado	19.12.1995	http://www.pstu.org.br/
18	PCB	Partido Comunista Brasileiro	9.5.1996	http://pcb.org.br/portal/
19	PRTB	Partido Renovador Trabalhista Brasileiro	28.3.1995	http://prt.org.br/
20	PHS	Partido Humanista da Solidariedade	20.3.1997	http://phs.org.br/
21	PSDC	Partido Social Democrata Cristão	5.8.1997	http://www.psd.org.br/
22	PCO	Partido da Causa Operária	30.9.1997	http://www.pco.org.br/
23	PTN	Partido Trabalhista Nacional	2.10.1997	http://www.ptn.org.br/2013/
24	PSL	Partido Social Liberal	2.6.1998	http://www.psl.org.br/
25	PRB	Partido Republicano Brasileiro	25.8.2005	http://www.prb10.org.br/
26	PSOL	Partido Socialismo e Liberdade	15.9.2005	http://www.psol50.org.br/
27	PR	Partido da República	19.12.2006	http://www.partidodarepublica.org.br/
28	PSD	Partido Social Democrático	27.9.2011	http://www.psd.org.br/
29	PPL	Partido Pátria Livre	4.10.2011	http://partidopatrilivre.org.br/
30	PEN	Partido Ecológico Nacional	19.6.2012	http://www.pen51.org.br/
31	PROS	Partido Republicano da Ordem Nacional	24.9.2013	http://http://www.pros.org.br/
32	SDD	Solidariedade	24.9.2013	http://www.solidariedade.org.br/

Fonte: <http://www.tse.jus.br/partidos/partidos-politicos>

contempla um referencial teórico relacionado aos temas principais que compõem o pano de fundo para a análise, ou seja, a relação entre educação e democracia, a partir das ideias de Weber, Hannah Arendt, Habermas e outros autores complementares. A segunda aprofunda a perspectiva de mediação estratégica e de propaganda, sob o ângulo da educação política, a partir das estratégias dos partidos via websites. A terceira apresenta a descrição dos dados e a análise empírica.

1 O lugar da educação no aprendizado para a democracia: um percurso de racionalização

Na história das ideias democráticas a educação é recorrentemente citada como esteio para a construção social e política de uma cultura cívica capaz de sustentar os regimes políticos de cariz democrático (Brandão, 2006; Luchmann, 2012). Afinal, é pelo aprendizado político que os cidadãos se habilitam a participar da vida pública, mediante o princípio da troca de razões públicas, como assinalou Kant². Nesse processo, a internet tornou-se uma ferramenta cada vez mais utilizada para a divulgação de informação e o debate público, inclusive com o uso de websites pelos partidos políticos (Jackson, 2007).

O escopo argumentativo do texto foi construído a partir do contexto teórico mais amplo que sustenta o pensamento social e político no que se refere aos estudos sobre a relação entre educação e política, como foco nas teorias sobre democracia. Assim, optamos, em primeiro plano, pela perspectiva da sociologia weberiana, que associa política e educação ao âmbito do desenvolvimento da racionalização das sociedades ocidentais e à formação de uma educação laica, ou seja, desvinculada do universo religioso, tendo os sistemas culturais como sustentáculo da secularização democratizante. De forma complementar, adotamos as convergências do pensamento weberiano com as ideias de Hannah Arendt e Habermas. Destaca-se nessa convergência a análise social em que educação e política são vistas como fundamentos da esfera pública moderna, com sua pluralidade de percepções e

opiniões, com seus impactos no mundo da vida e no campo experiencial do cotidiano.

Antes, contudo, cabe explicar em que sentido serão usados os conceitos de educação política e de cultura democrática. O primeiro relaciona-se diretamente ao desenvolvimento de atitudes e comportamentos considerados fundamentais para uma sociedade democrática, o que inclui “a aquisição e o aumento de informações, o desenvolvimento de virtudes cívicas, a exemplo da cooperação, do respeito e da tolerância e de habilidades políticas, na conformação de uma cidadania pautada na autonomia, dimensão central da democracia” (Luchmann, 2012:515). Mais recentemente, tem-se chamado de letramento político a capacidade de atuar de forma cidadã: um processo de apropriação de práticas (incluindo debate e participação no processo decisório), conhecimentos (direitos, instituições, etc.) e valores (como igualdade e liberdade) para a manutenção e aprimoramento da democracia (Cosson, 2011:49 y 51).

No plano social especialmente, esse aprendizado abrange a formação de relações coletivas e de confiança que são constitutivas do capital social, considerado fundamental para uma sociedade democrática (Putnam, 1996). Dessa forma, a confiança pode se tornar um antídoto às recorrentes crises das democracias (McCoy, 2000). A ênfase a esse conceito se justifica pelo reconhecimento crescente entre os cientistas políticos “de que uma fonte principal para a conquista e o aperfeiçoamento da democracia é o aprendizado político por parte dos atores sociais e políticos” (Krischke, 2002: 273). Já a cultura democrática é entendida aqui, na acepção de Marilena Chauí (1993), ou seja, aquela que cria condições morais, históricas e sociais para a superação dos valores autoritários e a construção de uma ética coletiva voltada para a tolerância, o cultivo da pluralidade, da liberdade e do respeito às diferenças. Trata-se de uma espécie de qualificação do que se entende por cultura política: uma variedade de atitudes, crenças e valores políticos – como orgulho nacional, respeito pela lei, participação, confiança, etc. – que afeta o envolvimento das pessoas com a vida pública (Moisés, 2008:16) e depende do que já chamamos inicialmente de letramento político.

Esses conceitos são amalgamados por dois outros, de forma complementar: educação difusa e *embeddeddemocracy*³. O conceito de educação difusa transcende o contexto escolar e se encaixa

2 O princípio kantiano da troca de razões públicas, enunciado em *A Paz Perpétua*, foi atualizado por diversos autores contemporâneos que estudam aspectos relacionados ao binômio educação e esfera pública, a exemplo de Habermas, em *Mudança estrutural na esfera pública e Direito e democracia*, entre outros autores.

nas relações sociais cotidianas, “orientadas à transmissão de comportamentos, disposições, crenças e competências” (Petitat, 2011: 366). Isso envolve as relações educativas não especializadas e não regulamentadas, inseridas nas novas dinâmicas de socialização e aprendizagem da chamada “modernidade líquida” (Bauman, 2000). Da mesma forma, a noção de *embeddeddemocracy* (O’Donnel, 2004) refere-se aos processos de socialização política, que consistem no encaixe das normas e dos elementos que sustentam os regimes democráticos no plano das relações sociais, capilarizadas nos sistemas sociais, de modo a se encaixar no cotidiano da população.

O plano mais amplo da discussão é motivada pela crítica de Hannah Arendt (2004) à ideia de Aristóteles de que o homem é um ser político. Ao contrário, Arendt argumenta, essa visão aristotélica conduz equivocadamente à inferência de que a política seria, então, inerente à natureza humana. Esse argumento é contestado por Arendt porque, em sua visão, a política é uma construção social e histórica, resultado da socialização e do aprendizado para a vida em sociedade. A política é fruto do aprendizado humano para lidar com a *res publica*. Portanto, os seres humanos aprendem a se tornar políticos, mas não nascem com esse atributo. O texto segue, portanto, o argumento arendtiano. Mas antes apresentamos o plano mais geral do debate, a partir da visão weberiana do legado racional e ético da educação.

A educação no sentido social e político mais abrangente, assim como a própria política, encontram respaldo sociológico na análise weberiana sobre o processo de racionalização cultural do Ocidente, à luz do qual a política também deve ser compreendida, como consequência das formas de dominação legítima (Weber, 1999). Em outras palavras, na abordagem weberiana, educação e política são vistas como resultantes do projeto amplo de racionalização das sociedades ocidentais, contribuindo ambas para a secularização e o *desencantamento* do mundo social. Weber ressalta o potencial civilizador da racionalização, seja na economia, na ciência, na educação, na cultura e na política. Em sua dimensão intelectual, diretamente

associada à educação, a racionalização é vista por Weber como indutora do processo civilizatório. Foi a racionalização que possibilitou uma cultura baseada na liberdade de expressão e de opinião.

Esse processo civilizatório possibilitou que a educação se tornasse protagonista de narrativas sociais desvinculadas do pensamento mágico, o que nos levou à elaboração de uma leitura do mundo renovada e ancorada em bases racionais e legais. Tais narrativas tornaram-se essenciais no processo de aprendizado político desencadeado pela modernidade. Cabe reforçar que o próprio conceito de progresso, intrinsecamente associado à modernidade, decorre da noção de *desencantamento do mundo* e sua consequente secularização e normatização legal e racional⁴, como já foi explicado acima. Percebe-se ainda que a educação política constitui o solo epistemológico das ideias de Weber quando ele afirma que “somos seres culturais, dotados da capacidade e da vontade de tomar atitudes ponderadas com relação ao mundo e dar-lhe significado”, como observa Schlutcher (2000:63). Essa visão de educação está diretamente relacionada à ideia weberiana de dominação legal, ou seja, formas de poder baseadas em estruturas e leis racionais e impessoais, orientadas para o bem coletivo, pela ética da responsabilidade e não mais pela ética da convicção, típica do âmbito religioso⁵.

Do ponto de vista do pensamento social e político, existe uma associação direta entre política e educação e a importância desses três elementos para a vida em sociedade, uma vez que a política se baseia na capacidade de formar opinião, conforme argumenta Hannah Arendt (1983; 2000; 2004). Isso significa que a opinião é a essência e a base do pensamento político, da aprendizagem

3 A literatura do campo da ciência política utiliza o termo em inglês, equivalente a democracia encaixada ou inserida nas relações sociais (tradução não literal).

4 Aqui é oportuno lembrar a crítica de Norbert Elias (1993) às noções de progresso e de racionalização de Weber. Para Elias, a sociologia weberiana trata ambos os temas como algo planejado e executado de forma linear e racional, sem considerar os efeitos das ações impremeditadas no processo civilizatório. Embora o autor não mencione diretamente as ideias weberianas, fica implícito o endereçamento dos comentários.

5 De forma muito resumida, a diferença é que a ética da responsabilidade, como expressão racional, considera o cálculo estratégico das ações e leva o seu agente a arcar legalmente com as consequências de seus atos, enquanto a ética da convicção é baseada puramente em elementos subjetivos e emocionais, como a fé religiosa e o pensamento político ideológico e dogmático.

para a vida social e da ação humana na esfera pública, um pressuposto que permeia as principais obras de Arendt. A pensadora argumenta que, enquanto as ciências exatas e naturais operam com evidências racionais ou provas empíricas expressas em definições, postulados, teoremas e similares (discursos monológicos), a política situa-se no campo dialógico da pluralidade de ideias e opiniões, uma vez que se trata de uma atividade que se instaura na relação entre os homens, ou seja, a pluralidade está na sua própria origem. Tal raciocínio conduz ao pressuposto de que a política se situa no âmbito da opinião, com todas as implicações positivas e negativas, como explica Lafer:

A natureza dialógica da Política propõe o problema da verdade factual, que informa a estrutura deste diálogo. Com efeito, se a Política se situa no campo da opinião, o problema da verdade factual – que a verdade da Política, uma vez que as outras verdades são monológicas – se resume na circunstância que, sendo verdade, ela não pode ser modificada, mas a sua maneira de asserção é a opinião. Toda a sequência de fatos poderia ter sido diferente porque o campo do possível é sempre maior do que o campo do real. A verdade factual não é evidente nem necessária, e o que lhe atribui a natureza de verdade efetiva é que os fatos ocorreram de uma determinada maneira e não de outra (Lafer, 2000: 19).

De forma mais abrangente, a política pode ser vista como resultado do desenvolvimento da racionalidade moral das sociedades ocidentais, a partir da formalização dos costumes (*mores*) como elementos normativos de coesão, mas também de coerção social. A origem está no estudo da Filosofia Moral, visto que o termo “moral” deriva do latim *mores*, isto é, relativo aos costumes. Hannah Arendt, que foi influenciada pela Filosofia Moral alemã, especialmente de Kant, apresenta a diferença e os paralelos entre duas tradições que se estabeleceram no pensamento ocidental acerca do significado filosófico e político da lei, sob esse enquadramento analítico⁶. A primeira, originada no contexto político e cultural romano como decorrência da relação contratual de pactos, alianças e acordos realizados após uma guerra, nos termos de uma ligação duradoura a fim de assegurar a paz, o comércio próspero e as trocas econômicas justas. Mas também é vista como

mecanismo de ligação entre os próprios cidadãos habitantes da mesma cidade, reino ou império. Dessa concepção se originou o termo *lex* (ligação), ou seja, “uma lei é algo que liga os homens entre si e se realiza não através de um ato de força ou de ditado, mas através de um arranjo ou um acordo mútuo” (Arendt, 2004:112). Como se trata de um acordo mútuo, logo o estabelecimento de uma lei pressupõe a concordância de ambas as partes envolvidas e resulta de um consenso construído pelas duas partes. Nessa visão, a lei é resultante de um processo dialógico e discursivo (*lexis*).

Afinal, a política, na sua acepção mais elevada resulta do zelo pela *res publica*, a *polis* e o mundo, entendido aqui nos termos filosóficos de Hannah Arendt (1983), ou seja, como a esfera do comum, espaço de aparência e de poder, resumido na noção de espaço público, cuja função é iluminar o âmbito da ação política, mediante a aparição pública, condição básica para a consolidação desse espaço comum.

Para Hannah Arendt (1999) educação e política situam-se no espaço simbólico privilegiado da esfera pública. Em sua visão a progressiva perda de sentido da política e o avanço da banalidade do mal, fenômenos acentuados com as experiências totalitárias que marcaram o pós-guerra, estão diretamente relacionadas ao que ela denominou de “crise na cultura”, que resultou numa “crise na educação”⁷. Tal crise é caracterizada como a redefinição do papel das instituições culturais, que são essenciais para a formação de habilidades essenciais ao exercício da política, tais como o pensar, o querer e o julgar (*A Vida do Espírito*, como ela denomina. Em todo o contexto aqui delineado, podemos então dizer que o conhecimento do funcionamento dos partidos – e isso inclui suas estratégias para educação – podem ser considerados como parte dos mecanismos democráticos, juntamente com eleições e instituições, que constituem o letramento político. Mais além, que explicam os mecanismos de construção de opinião e, por consequência, legislação que norteará a democracia nos moldes da embedded democracy aqui descritos.

6 Para uma abordagem mais aprofundada sobre a concepção de lei em H. Arendt, consultar Boff, 2010.

7 Os ensaios de Hannah Arendt intitulados “Crise da cultura” e “Crise na educação” fazem parte do livro *Entre o Passado e o Futuro* (2000).

2 Partidos nas democracias contemporâneas

Muitas análises enfatizam a crise da mediação política nas sociedades contemporâneas, representada, em boa parte, pela crise dos próprios partidos. Segundo Panebianco (1990), as legendas de massa caracterizadas por Duverger (1987) foram superados pelos partidos eleitorais profissionais na Europa no final do século passado. Entre as consequências desse processo, o autor cita a desideologização das agremiações, sua abertura para grupos econômicos, a perda do peso político dos militantes e a profissionalização da organização, no sentido proposto por Weber de especialização técnica e divisão de tarefas.

Em outros termos, ocorre uma burocratização dos partidos que acometeria qualquer tipo de organização política, algo já mencionado por Michels (1982) ao tratar da Lei de Ferro das Oligarquias. Nas palavras de Miguel (2014), o dilema trazido por Michels seria próprio de qualquer movimento de massas: “a busca de ampliação da eficácia de sua ação exige uma profissionalização que leva, por sua vez, à *independentização* da direção em relação à base” (Miguel, 2014:143 – grifo no original). De certa forma, prossegue o autor, ocorreria um “esgotamento da solidariedade” dos líderes para com sua classe de origem (Miguel, 2014:144). Contudo, segundo o argumento de Miguel, Michels não parece valorizar o fato de que, no sistema representativo, a massa dos militantes não precisa obedecer cegamente aos chefes, sendo também árbitro da disputa interna pelo poder que se trava dentro das agremiações.

É interessante perceber que muitas análises do sistema político brasileiro enfatizam uma “baixa institucionalização partidária no Brasil”, ou uma diminuição da importância dos partidos políticos (Mainwaring, 2001; Maia, 2006). Algo que, conforme Baquero (2000) ou Manin (2005), não é privilégio ou exclusividade do Brasil, mas uma característica das democracias representativas atuais. Na Europa, por exemplo, a identificação partidária tradicional ou ideológica estaria dando lugar à “competição de caráter gerencial-administrativo da coisa pública” (Baquero, 2000:37).

Os fatores de declínio dos partidos nas democracias contemporâneas são sumarizados pelos autores e relacionados à “passagem de economias industriais para economias de serviços e a concomitante erosão de meios sociais tradicionais, níveis crescentes de aquisição educacional e o papel dos meios de

comunicação de massa” (Manin, 2013:116). Além de estarem conectados ao surgimento de novos movimentos sociais, à institucionalização de grupos de interesses ou ao monopólio do processo legislativo pelo Executivo, no caso da América Latina, entre outras razões (Baquero, 2000:157 y 158).

O pressuposto dos autores é que, se a mediação entre sistema político e sociedade não é mais realizada pelos partidos políticos, a sociedade passaria a procurar novas formas de organização e reivindicação das suas demandas. Tal situação foi um dos assuntos mais debatidos entre junho e julho de 2013 no Brasil, a partir das manifestações de rua que tomaram conta do país nesses meses.

As pesquisas realizadas nas últimas décadas no Brasil revelam um declínio na confiança do público em relação aos partidos (Moisés, 2005; Meneguello, 2000) e também no nível de filiação ou estabilidade nas preferências partidárias (Pereira, 2014). Dessa forma, outras instituições sociais passariam a ocupar o lugar de mediadoras entre sociedade e Estado (Maia, 2006), como a imprensa, que é apontada como mais confiável do que partidos ou Parlamento⁸. Se o sistema partidário brasileiro é pouco institucionalizado junto à sociedade brasileira (Mainwaring, 2001) e os partidos influem no comportamento legislativo de forma pouco ideológica, exatamente porque se transformaram em partidos eleitorais de massas ou *catch-all* (Reis, 2010), é natural que surjam outras formas de representação, sejam eleitorais ou não-eleitorais. Sobre essas diferentes formas de representação, Leonardo Avritzer (2007) afirma que é preciso desenvolver sistemas nos quais elas se articulem, permitindo a convivência de três distintas formas de autorização ou legitimação do representante: agente, advogado e partícipe (2007:456). Manin também aponta o aumento da participação não institucionalizada, isto é, que se dá por outras estratégias que não o voto e a filiação partidária, como uma tendência nas sociedades contemporâneas. Para ele, os partidos deixaram de ser sujeitos políticos com identidades definidas e passaram a ser apenas instrumentos dos eleitores, empregados a cada eleição, dependendo das circunstâncias políticas percebidas (Manin, 2013:124).

8 Só para citar uma delas, pesquisa Data Folha de dezembro de 2012 (<http://search.folha.com.br/search?q=partido&site=datafolha&sr=26&skin=datafolha>) aponta a imprensa com 75% de confiança, contra 43%, para o Congresso Nacional, e 37% para os partidos políticos.

Analisados pragmaticamente, os partidos são instituições que têm as seguintes funções: 1) do ponto de vista do eleitorado, simplificam as escolhas dos cidadãos, mobilizando-os para participar; 2) do ponto de vista organizacional, ajudam a recrutar líderes, treinando-os também; 3) do ponto de vista governamental, participam da criação de maiorias, organizam o governo, principalmente no Legislativo, e organizam a oposição (Dalton e Wattemberg, 2000). Os objetivos podem ser a busca de votos (para cargos), posições sobre políticas ou cargos no poder.

Na América Latina, o processo político que gerou as atuais legendas teve como principais características “o personalismo, a proliferação de facções, o clientelismo e o caráter instável dos sistemas políticos” (Baquero, 2000: 56). Por isso, os partidos se converteram em organizações voltadas para a conquista do poder com a prevalência do caráter personalista e “escassas posturas ideológicas”, nas palavras de Baquero (2000:56). Manin argumenta, contudo, que a personalização pela qual passam os partidos não é exclusividade latino-americana, pois as legendas contemporâneas fazem campanhas centradas no candidato e nas personalidades deles e dos líderes (2013:117). Para ele, as siglas conseguiram se adaptar à tendência impulsionada pelos meios de comunicação de massa e, ainda que as eleições tenham se tornado personalizadas, continuam partidárias (Manin, 2013:118). Este é o contexto partidário brasileiro e, é com base nele, que podemos entender melhor a atuação de cada uma das agremiações em suas mais variadas estratégias, em especial aqui a de educação.

3 Partidos e educação política: mediação estratégica e propaganda

Apesar das redefinições frequentes, frutos das *crises e metamorfoses* da democracia (Urbinati, 2013a), os partidos políticos ainda conservam algumas características e funções que lhes são peculiares na esfera de pertinência da mediação política e das configurações associativas (Weber, 1999). Segundo Manin, apesar de perderem força em várias áreas, os partidos continuam dominando a política parlamentar e as campanhas eleitorais em todos os países (Manin, 2013). Mesmo com a pluralidade de funções, interesses e desenhos institucionais, há um elemento que define por essência um partido político, ou seja, seu caráter de associação (Weber, 1999; Oppo, 2000), uma das causas de afirmação de seu poder. É por essa razão que,

nos termos weberianos, o partido é antes de tudo uma associação no seio da comunidade política, independentemente de seus fins ou objetivos, dotada, por isso, de potencial de criação de capital social e político. Nesse ponto, é preciso, como afirma Reis, ter em mente a complexa articulação entre identidade e instrumentalidade exercida pelos partidos, isto é, a relação paradoxal que eles executam ao combinarem valores e interesses no processo político (Reis, 1988: 304).

A natureza da associação realizada pelos partidos está intrinsecamente relacionada a uma formação que luta pela dominação, ou seja, o objetivo é assegurar um campo de exercício de influência e poder, seja pelos recursos econômicos obtidos, pela influência social ou pelo poder de palavra. Nesse último quesito situam-se as estratégias de publicidade política, entendidas como uma forma de propaganda das legendas a fim de consolidar seu poder discursivo e simbólico, nos termos de Bourdieu (1989). Funcionam como revitalizadores da mediação entre os cidadãos e as instituições partidárias. Desse ponto de vista, os partidos servem como mediadores entre a sociedade e o Estado, uma vez que organizam os termos da competição eleitoral. Contudo, no caso de não conseguirem canalizar as demandas sociais de forma efetiva, os partidos podem se tornar elitistas e acabar sem identidade com a massa dos eleitores, como alertava Michels (1982).

Com o avanço das tecnologias midiáticas, a política passou a ser um fenômeno de penetração difusa nas diversas esferas da sociedade, ou seja, consegue atingir o cidadão mesmo fora do âmbito político no sentido estrito, pois a mídia contribui para a inserção ampliada dos temas políticos nas relações sociais. Seu elevado potencial de sedução, calcado na lógica do poder simbólico (Bourdieu, 1989), em muito contribui(u) para a reconfiguração dos fluxos e circuitos de informação nas sociedades metropolitanas.

A esfera da visibilidade pública⁹ e suas consequências nas dinâmicas sociais de

9 A discussão faz parte da crítica ao conceito de esfera pública, na qual são consideradas duas dimensões analiticamente estruturantes (a *visibilidade* e a *discutibilidade*). A primeira se refere ao poder dos *media* de conferir publicidade a certos temas, enquanto a segunda diz respeito à troca de razões públicas, ou seja, ao debate coletivo, à discussão desencadeada pela publicidade (Lycarião, 2010).

discutibilidade coletiva (Gomes, 2011) reforçam o poder simbólico da mediatização da política. Além disso, grande parte do conhecimento e da experiência dos públicos no que se refere a assuntos de relevância social, política, econômica e cultural passa necessariamente pelo enquadramento dos *media*, que se tornaram fonte primordial de informação. “Os *media* traduzem e formam as percepções que as pessoas não experimentam diretamente” (Schmidt, 2003:69).

Essa abordagem coaduna-se com um dos pressupostos de Manin (1995; 2013), ao propor o conceito de *audience democracy* ou democracia do público. Para o autor, com o avanço da mediatização e suas interferências nos jogos de composição política, a democracia de audiência enfraqueceu a hegemonia dos partidos, além de reduzir a importância do parlamento como órgão de mediação política e fórum de debates. Os *media* passam a assumir cada vez mais esse papel. Em decorrência disso, os partidos, as instituições legislativas e os próprios parlamentares passaram a recorrer aos mecanismos mediáticos tanto para as campanhas eleitorais como para manter o vínculo eleitoral e prestar contas aos eleitores. Castells (2000) identifica esse movimento como uma transição de uma esfera pública política até então ancorada nas instituições políticas para um novo modelo que se organiza em torno do poder simbólico dos sistemas e redes articulados pelos *media*.

Esse movimento, segundo a análise mais recente de Bernard Manin (2013), resulta em várias consequências para a análise dos partidos políticos na atualidade e sua inserção no contexto da *audience democracy*. De forma sucinta, podemos resumir essas consequências em quatro fatores, a partir das observações do autor: (a) declínio do vínculo partidário autodeclarado; (b) erosão da fidelidade partidária; (c) redução da participação política vinculada a atividades partidárias em contraposição ao aumento do engajamento por vias não institucionais; (c) crescente enfraquecimento da identificação partidária e emergência dos “eleitores flutuantes”, que a cada eleição votam em um partido diferente.

Na mesma linha de pensamento, Urbinati (2013a; 2013b) reitera que as redefinições e crises do sistema político partidário surgem em decorrência da consolidação da *democracia do público* e do *plebiscito da audiência*. Além dos *media* convencionais, a autora destaca o papel da internet nesse processo, tornando-se um “suporte sem precedentes para a democracia de audiência” (2013a, p.10), o que reforça a lógica da *democracia plebiscitária*:

O novo plebiscitarismo é o da audiência, o aglomerado indistinto de indivíduos que compõe o público, um ator não coletivo que vive no espaço privado da domesticidade e, quando é agente sondado de opinião, atua como receptor ou espectador de um espetáculo encenado por técnicos de comunicação midiática e recitado por personagens políticos” (Urbinati, 2013b: 86).

Apesar disso, os dois autores citados são enfáticos ao afirmar que os partidos continuam a exercer funções relevantes nos regimes democráticos. Tal concepção é resumida da seguinte forma:

Mas a erosão das fidelidades partidárias duradouras não implica a obsolescência dos partidos políticos. Como observação preliminar, devemos notar um fato bastante óbvio, mas importante. Os fiéis a um partido não estão à beira da extinção. Eles podem ser menores em número do que eram no passado, mas ainda formam uma massa significativa que deve ser levada em consideração. Além disso, um exame mais detido revela duas áreas em que os partidos não perderam força e continuam a ser atores centrais: política parlamentar e campanhas eleitorais (Manin, 2013:117).

A tendência dominante em ambos os casos (política parlamentar e campanhas eleitorais) é de reforço nos instrumentos e suportes eletrônicos típicos da *democracia do público*. A internet, portanto, constitui uma ferramenta indispensável para a atuação dos partidos. Afinal, no contexto de uma sociedade de *multirredes* (BAUMAN, 2000), os partidos (e todas as demais instituições políticas) deparam-se com a lógica da *inevitabilidade digital* (Ramos, 2014), resultante do processo de *encolhimento do mundo* (Harvey, 1992) e de constituição de novos modos do fazer político. A internet renovou o campo político, com um novo tipo de copresença, por meio da atuação online dos atores. Ressalta-se nesse aspecto, a capacidade de agência do usuário de internet, com sua múltipla atuação (espectador, ator e operador). Os partidos tiveram que aderir, portanto, à *política de signos* para criar e representar modos de pertencimento do cidadão (Ribeiro, 2000).

No regime de visibilidade da *democracia de público*, a política informacional (Castells, 2003) torna-se cada vez mais imperativa. Afinal, a geração, o processamento e a transmissão de informações e imagens tornaram-se as fontes fundamentais de produtividade de poder. Por isso, os partidos políticos tendem cada vez mais a recorrer a

estratégias de sedução política pela internet, cujos websites são o foco da divulgação, uma espécie de “palanque virtual” ou de outdoor na esfera virtual. Isso explica ainda porque os partidos “investem progressivamente em estratégias de promoção da personalidade e de democracia de contato”. Além disso, “aderem aos recursos midiáticos para captar a atenção pública” (Lipovetsky, 2013: 50 y 51).

Os suportes digitais utilizados pelas legendas devem ser analisados à luz das transformações políticas mais amplas apontadas por Urbinati (2013a). No caso brasileiro, são oportunas as observações de Carreirão (2012), no que se refere a um balanço das tendências recentes dos partidos políticos brasileiros¹⁰, especialmente no que diz respeito ao papel do sistema partidário no mercado eleitoral, na arena legislativa e na esfera governamental. Trata-se de uma reflexão ancorada nas ideias de Key (1964) acerca das três principais funções exercidas pelas legendas: sua atuação na arena eleitoral, sua atuação institucional e sua relação com os governos¹¹. As estratégias dos websites apontadas acima se relacionam com todas essas funções, uma vez que tanto dialogam com o eleitorado, como afirmam sua identidade institucional e também procuram atuar como mediadores entre a sociedade e as instituições governamentais do Poder Executivo (Veiga, 2007).

4 Análise dos dados

Antes de apresentarmos os dados específicos sobre as estratégias de educação política, traçamos algumas observações gerais sobre a morfologia e o conteúdo dos websites dos 32 partidos registrados no TSE na época da pesquisa. O objetivo é situar as estratégias específicas de educação política no contexto mais amplo do desenho e dos formatos dos websites, visto que os sites refletem a política como um domínio complexo de atividades, as quais envolvem simultaneamente a escolha individual e os grandes eventos e rituais coletivos (Peirano, 2011).

Em primeiro lugar destacamos que a observação e o monitoramento dos formatos e conteúdos revela que há um padrão similar de website adotado por

todos os partidos. Isso se explica provavelmente pelo fato de que os websites são desenhados e elaborados por empresas especializadas, que adotam padrões similares, consagrados pelos grandes partidos.

Ademais, esse efeito de consonância e convergência de formato pode ser explicado pelo próprio formato da web, além do efeito de concorrência entre os partidos. A competição conduz a padrões similares, com algumas marcas identitárias, conforme o perfil do partido, como a ênfase a conteúdos marxistas, no caso dos partidos ditos de esquerda, por exemplo. Tal efeito de consonância de agenda e de convergência de formatos leva os partidos a adotarem estratégias focadas em articular conexões com os mesmos públicos do mercado eleitoral, a exemplo da ênfase na educação para a juventude, por exemplo.

Sobre as semelhanças e padrões comuns nos websites, cabe salientar as observações de Manuel Castells (2013). O autor analisa as semelhanças e convergências entre as estratégias de diferentes atores políticos e sociais como uma consequência da própria lógica da sociedade em rede e da galáxia da internet. Assim, a semelhança de estratégias e o uso comum de certos padrões e formatos das mensagens e dos conteúdos constituem uma prova da importância da internet e de como ela impõe sua lógica aos produtores de conteúdos virtuais. Um ambiente informacional que compartilha certos códigos, modos operacionais e padrões visuais facilita a captação da atenção dos públicos e pode promover maior adesão e engajamento. Tudo isso se enquadra no debate sobre a internet como resultado de um processo de produção social de um *novo modo de produção informacional* (LASH, 2005). Como os sistemas tecnológicos são socialmente produzidos, a produção social é estruturada culturalmente (Castells, 2003).

Como se pode observar a educação política é mais uma das estratégias, no complexo universo da web explorado pelos partidos, em suas tentativas de aproximação com os eleitores, conquista de novos aliados, arregimentação de filiados e adeptos, além de modos de divulgação dos feitos partidários e de propaganda política em termos amplos. No item a seguir, serão descritas e analisadas especificamente as estratégias relacionadas com o campo da educação política, foco deste artigo.

10 Não é objetivo deste artigo apresentar um estado da arte acerca dos estudos sobre partidos políticos, uma vez que já existe farta bibliografia que engloba o tema. Para mais detalhes, ver Carreirão, 2012.

11 Para um detalhamento dessas funções, ver Veiga, 2007.

4.1 Estratégias de educação política dos partidos

Em sua análise do desenvolvimento histórico dos partidos políticos na América Latina, Baquero (2000) ressalta que o caráter imediatista das legendas faz com que elas não desempenhem a função política mais benéfica para sua própria institucionalização: a educação política. Assim, alvos de uma desconfiança estrutural e histórica, os partidos não contam com opiniões favoráveis por parte da população. Segundo o autor, é impossível a construção de relações recíprocas fundadas na confiança em um ambiente no qual o clientelismo e o oportunismo institucionalizaram-se (Baquero, 200:69). Para Reis, há outra questão importante a ser analisada no contexto brasileiro:

(...) a enorme e inequívoca deficiência manifestada pelos eleitores em questão no que diz respeito ao aspecto cognitivo – ou ao envolvimento intelectual com o processo político, e ao correspondente grau de clareza na percepção dos interesses em jogo – acarreta que a identidade envolvida na síndrome populista deva ser vista como uma espécie de matéria prima sociológica toscamente trabalhada do ponto de vista políticos (REIS, 1988:311 – grifos no original).

Em relação ao tema da educação política, o Quadro 2 mostra que 28 partidos adotam projetos e estratégias permanentes nessa área, o que corresponde a 87,5% do total de siglas. Esse dado mostra o peso e a relevância desse item no mapeamento realizado. O fato de que apenas quatro partidos não usam algum recurso de educação política mostra que se trata de uma tendência dominante, o que justifica o foco específico nesse viés. O dado revela um esforço estratégico para aumentar confiança via uma relação aparentemente “menos instrumental”.

É oportuno ressaltar que a Lei dos Partidos Políticos (Lei Federal 9.096/1995) estabelece que as legendas devem aplicar 20% dos recursos oriundos do Fundo Partidário para atividades de educação política, além de manutenção de institutos de pesquisa e doutrinação. As iniciativas, portanto, são estimuladas pela própria legislação em vigor. Outro aspecto relevante a ser considerado é o desafio dos partidos frente à cultura política de desconfiança popular. Afinal, como legitimar tais conteúdos educativos em um cenário de ceticismo e falta de confiança da população? (Dantas, 2014).

Os partidos utilizam uma variedade de estratégias para a formação política, embora priorizem a formação jovem a formação ampla, conforme

descrito no Quadro 3. A categoria da formação ampla consiste na oferta de conteúdos nos websites voltados para temas abrangentes relacionados à política, sem vínculo direto com a identidade partidária. Enquadram-se nessa categoria conteúdos e cursos oferecidos sobre temas como democracia, sistema eleitoral, cidadania, direitos sociais, coletivos e civis. Esse quesito figura em segundo lugar em número de partidos que o utilizam, com adesão de 13 das 32 siglas e mostra o interesse delas em focar na política no sentido mais amplo do termo. De forma complementar a essa categoria destaca-se a terceira do *ranking*, a EAD (educação à distância), que contempla especificamente a oferta de cursos online, com tutoria e emissão de certificado por uma entidade conveniada. Dos 32 partidos, sete utilizam-se desse recurso, o que mostra que ainda se trata de uma modalidade secundária de educação política, apesar do potencial da web. Os sete partidos são: PMDB, DEM, PSDB, PPS, PP, PRB e PSD. Interessante notar, que o partido de maior tradição ideológica no Brasil, o PT, não está entre os sete, embora seja uma das siglas que mais investe em estratégias de comunicação por meio de novas tecnologias¹².

A formação jovem configura-se como a estratégia mais adotada pelos partidos no ranking, com adesão de 24 das 32 legendas. Trata-se de uma categoria com conteúdos voltados especificamente para os jovens eleitores e inclui informações sobre políticas públicas para a juventude, modos de participação dos jovens na política e como os partidos atuam na promoção da cidadania juvenil. A prevalência dessa estratégia sugere que os partidos estão decididos a investir na renovação de seus quadros e estimular a participação e o ingresso da juventude na política.

A oferta de conteúdos relacionados à história política e ao pensamento político clássico aparece na sequência do ranking, com quatro registros, seguida da educação ambiental, com três. A educação ambiental fica restrita aos partidos considerados de orientação “verde”, ou seja, PV e PEN, com exceção do PMDB, que inclui a temática, embora não seja considerado um partido ecológico. Na categoria “outros” destacam-se divulgação de estudos

12 Braga, França e Nicolás (2009) argumentam que o PT, apesar de investir fortemente em ações de formação cultural e informativa de seus militantes, não se equipara a partidos mais tradicionais e com viés marxista de esquerda.

Quadro 2 – Partidos que adotam estratégias de educação política

	Sigla	Legenda	Educação
1	PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro	Sim
2	PTB	Partido Trabalhista Brasileiro	Sim
3	PDT	Partido Democrático Trabalhista	Sim
4	PT	Partido dos Trabalhadores	Sim
5	DEM	Democratas	Sim
6	PCdoB	Partido Comunista do Brasil	Sim
7	PSB	Partido Socialista Brasileiro	Sim
8	PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira	Sim
9	PTC	Partido Trabalhista Cristão	Sim
10	PSC	Partido Social Cristão	Sim
11	PMN	Partido da Mobilização Nacional	Sim
12	PRP	Partido Republicano Progressista	Não
13	PPS	Partido Popular Socialista	Sim
14	PV	Partido Verde	Sim
15	PTdoB	Partido Trabalhista do Brasil	Sim
16	PP	Partido Progressista	Sim
17	PSTU	Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado	Sim
18	PCB	Partido Comunista Brasileiro	Sim
19	PRTB	Partido Renovador Trabalhista Brasileiro	Sim
20	PHS	Partido Humanista da Solidariedade	Sim
21	PSDC	Partido Social Democrata Cristão	Sim
22	PCO	Partido da Causa Operária	Sim
23	PTN	Partido Trabalhista Nacional	Sim
24	PSL	Partido Social Liberal	Sim
25	PRB	Partido Republicano Brasileiro	Sim
26	PSOL	Partido Socialismo e Liberdade	Não
27	PR	Partido da República	Sim
28	PSD	Partido Social Democrático	Sim
29	PPL	Partido Pátria Livre	Não
30	PEN	Partido Ecológico Nacional	Sim
31	PROS	Partido Republicano da Ordem Nacional	Sim
32	SDD	Solidariedade	Não

Fonte: Elaboração dos autores

científicos, videoteca virtual para *download*, com documentários e vídeos políticos, além de conteúdos sobre educação para a sociedade multicultural.

A oferta dos cursos de formação política, em termos gerais, segue lógicas comuns, com poucas diferenciações. Eis uma síntese das tendências específicas. A primeira compreende amplo investimento em formação política básica, cujos principais atores são PMDB, PT, PSD,

PCB e PPS. A segunda abrange estratégias vinculadas ao perfil partidário: educação socioambiental (PV, PEN, PPS e PMDB); formação marxista (PCB e PCdoB); militância negra e feminina (PT); participação cidadã nos conselhos de políticas públicas setoriais (PMDB, PT, PSDB, DEM e PPS). Neste caso, trata-se de partidos com grande número de vereadores eleitos e com forte inserção de gestores públicos nas esferas municipais e estaduais, indicados pelos diretórios locais e regionais.

QUADRO 3 - Estratégias de educação política adotadas pelos partidos

Sigla	Formação Ampla	Formação Jovem	EAD	Educação Ambiental	História Política /Pensamento clássico	Outros	Índice de Educação IE	Fundo partidário %
PMDB	1	1	1	1	1	0	0,83	11,46
DEM	1	1	1	0	0	0	0,50	4,75
PSDB	1	1	1	0	0	0	0,50	10,84
PPS	1	1	1	0	0	0	0,50	2,19
PRB	1	1	1	0	0	0	0,50	1,81
PSD	1	1	1	0	0	0	0,50	5,93
PDT	1	1	0	0	0	0	0,33	3,90
PT	1	1	0	0	0	0	0,33	16,05
PCdoB	1	1	0	0	0	0	0,33	2,75
PSB	0	1	0	0	1	0	0,33	5,96
PMN	1	1	0	0	0	0	0,33	0,81
PV	0	0	0	1	0	1	0,33	3,11
PTdoB	1	1	0	0	0	0	0,33	0,77
PSTU	0	1	0	0	0	1	0,33	0,26
PCB	1	1	0	0	0	0	0,33	0,18
PSDC	0	1	0	0	0	1	0,33	0,34
PROS	0	1	0	0	0	1	0,33	0,16
PHS	0	1	0	0	0	0	0,20	0,83
PTB	0	1	0	0	0	0	0,17	3,82
PTC	0	1	0	0	0	0	0,17	0,73
PSC	0	1	0	0	0	0	0,17	2,70
PP	0	0	1	0	0	0	0,17	6,48
PRTB	0	1	0	0	0	0	0,17	0,42
PCO	0	1	0	0	0	0	0,17	0,16
PTN	0	1	0	0	0	0	0,17	0,33
PSL	0	1	0	0	0	0	0,17	0,60
PR	0	0	0	0	0	1	0,17	6,53
PEN	0	0	0	1	0	0	0,17	0,29
PRP	0	0	0	0	0	0	-	0,44
PSOL	0	0	0	0	0	0	-	1,27
PPL	0	0	0	0	0	0	-	0,18
SDD	0	0	0	0	0	0	-	2,26

Fonte: Elaboração dos autores. Dados do TSE referentes à distribuição do fundo partidário em 2014.

Além disso, conforme destacamos acima, sete partidos (PMDB, DEM, PSDB, PPS, PP, PRB e PSD) oferecem cursos regulares na modalidade EAD, com carga horária de 15 a 75 horas. Destacam-se cursos para filiados, candidatos, prefeitos e vereadores, gestores públicos, agentes comunitários, jovens militantes, mulheres, etc. Quando analisamos o Índice de Educação dos partidos, que varia de 0 a 1, conforme mostra o Quadro 3, fica clara uma certa homogenia estratégica por espectro partidário (direita e esquerda, basicamente). O PMDB, partido que vem compondo a base do governo há pelo menos duas décadas, é disparado o que mais investe em educação (0,83) e o único que pode ser classificado como Centro, confirmando estudo de Braga, França e Nicolás (2009:205), que aponta o partido citado como aquele com melhor grau de atividades de formação política, em razão de “investir fortemente em atividades de formação política para seus incontáveis vereadores em cidades do interior do país e também ao trabalho de desenvolvimento pela Fundação Pedroso Horta, entidade de formação política vinculada ao partido”. Ou seja, os dados sugerem uma convergência da utilização da Educação Política no site com a estratégia partidária de avançar sobre as eleições locais, sem estratégia eleitoral clara de buscar a chefia do Executivo Federal, investindo em visibilidade de forma mais ampla. Obviamente, uma resposta mais precisa demandaria análise de conteúdo mais detalhado das ferramentas.

É interessante notar ainda que o segundo grupo, com índice de 0,50, é composto majoritariamente por partidos de direita ou centro-direita (como DEM, PSDB e PSD). O grande grupo que vem a seguir, com índice de 0,33, engloba grandes partidos de esquerda (como PT, PDT, PSB, PCdoB e PCB) e alguns partidos pequenos e/ou “nanicos” de direita, centro-direita ou esquerda (como PMN, PV, PTdoB, PSTU). Em suma, a grande direita ou centro-direita parece se preocupar mais em investir nas ferramentas de educação por meio de seus websites do que os grandes partidos de esquerda, o que contradiz a suposição inicial de que partidos de esquerda, por terem a marca de uma maior ideologização da sociedade, naturalmente se preocupassem mais com esse item. Os últimos colocados, com exceção do PP, são pequenos ou “nanicos”, de direita ou centro-direita. O PSOL, pequeno partido considerado de matiz opinativo-ideológica de esquerda, não investe nada nesta área.

O investimento dos partidos de direita em estratégias de Educação Política por meio de seus websites

parece comprovar a tese de Mainwaring et al. (2000) sobre a modernização dos partidos conservadores do Brasil nas últimas décadas. Por outro lado, os dados estariam de acordo com o argumento dos autores de que os pequenos municípios das áreas mais pobres são mais conservadores, isto é, tendem a votar nos candidatos dos partidos de direita. Assim, para expandir o número de eleitores, essas siglas precisariam apostar no público das grandes cidades mais desenvolvidas, que usualmente não votaria nelas. A internet, desse modo, seria uma estratégia acertada para atrair um público que, pela análise de Mainwaring et al. (2000), estaria mais predisposto a votar na esquerda do que nos conservadores.

De maneira geral, a análise revela que as estratégias de educação política estão associadas à defesa da *grandeza cívica*¹³ dos partidos (Boltanski, 2000), fortalecimento da identidade partidária, ampliação dos quadros dirigentes, da militância e dos simpatizantes. O objetivo parece ser o de fazer os cidadãos conhecerem e reconhecerem a identidade partidária, por meio da sugestão de uma imagem mais social e moderna, o que tem a ver também com visibilidade. Trata-se de algo similar ao modo pelo qual se *formam as almas* (Carvalho, 1990), cujo princípio operatório se dá pela atuação dos símbolos e da doutrina dos partidos.

Verifica-se que os partidos que tem maior participação no fundo partidário também desenvolvem mais ações de educação política. Esse fato pode ser interpretado a partir do índice das ações, quando analisadas apenas as três principais atividades – formação ampla, formação jovem e EAD.

Os dados indicam que os partidos que recebem mais recursos do fundo desenvolvem mais ações de educação e também mais variadas em termos de estratégias, o que pode estar relacionado à maior profissionalização da gestão dos partidos e de seus institutos respectivos.

4.2 Tipologia dos cursos, objetivos e público-alvo

No caso dos cursos oferecidos na modalidade EAD, realizamos um levantamento sobre sua tipologia, objetivos e a que públicos se destinam, conforme discriminado no Quadro 5. Nesse quesito, em termos

13 Segundo essa perspectiva, um partido político representa um coletivo, cuja vontade geral ele representa (Boltanski, 2000).

QUADRO 4–Comparação da participação no fundo partidário quanto às principais ações de educação política¹

Posição do partido no quadro de % do Fundo Partidário	1º quartil	2º quartil	3º quartil	4º quartil
Partidos em ordem decrescente de participação no Fundo Partidário	PT	PDT	PSOL	PSDC
	PMDB	PTB	PHS	PTN
	PSDB	PV	PMN	PEN
	PR	PCdoB	PTdoB	PSTU
	PP	PSC	PTC	PCB
	PSB	SDD	PSL	PPL
	PSD	PPS	PRP	PROS
	DEM	PRB	PRTB	PCO
	Média do IE do grupo	0,66	0,5	0,33

Fonte: Elaboração dos autores

gerais, os cursos apresentam muitas características comuns, o que inclui formação política básica, cursos para filiados, candidatos, prefeitos e vereadores, gestores públicos, agentes comunitários, jovens militantes, mulheres, etc.

Observamos que a lógica da oferta de cursos coaduna-se com a perspectiva de democracia liberal, da qual os partidos são os representantes emblemáticos, uma vez que atuam diretamente no mercado da concorrência eleitoral. A internet é usada pelos partidos políticos com o propósito de difundir informação, recrutar novos filiados, angariar doações financeiras e mobilizar voluntários e simpatizantes (Jackson, 2007). Assim, os cursos são voltados para públicos específicos, porém segmentados, tais como: jovens militantes, simpatizantes, novos filiados, candidatos a cargos eletivos pelos partidos, gestores públicos e partidários eleitos para cargos públicos. Outra similaridade diz respeito à carga horária dos cursos e aos objetivos propostos. A carga horária varia de 15h a 75h, com predomínio de cursos de curta duração, isto é, de até uma semana, ou seja, 35h.

Observa-se que a oferta dos cursos de formação política, em termos gerais, segue lógicas comuns, com poucas

diferenciações. Eis uma síntese das tendências específicas. A primeira compreende amplo investimento em formação política básica, cujos principais atores PMDB, PT, PSD, PCB e PPS. A segunda abrange estratégias vinculadas ao perfil partidário: educação socioambiental (PV, PEN, PPS e PMDB); formação marxista (PCB e PCdoB); militância negra e feminina (PT); participação cidadã nos conselhos de políticas públicas setoriais: (PMDB, PT, PSDB, DEM e PPS). Neste último caso, trata-se de partidos com grande número de vereadores eleitos e com forte inserção de gestores públicos na esfera municipal, indicados pelos diretórios locais.

Torna-se oportuna uma breve observação sobre as instituições responsáveis pela promoção e gestão dos cursos oferecidos pelos partidos. Nesse quesito, apenas 8 dos 32 partidos disponibilizam essas informações em seus websites, conforme mostra o Quadro 5. Os demais não tornam pública tal informação.

As oito entidades acima elencadas funcionam como instituições de direito privado, sem finalidade lucrativa. Foram criadas para desenvolver projetos de pesquisa aplicada, doutrinação programática e educação política para a democracia. Dos 28 partidos que se utilizam

QUADRO 5 – Tipologia dos cursos, objetivos e público-alvo

	Tipologia dos Cursos	Objetivos e público-alvo	Horas
1	Curso de formação Básica	Oferecer formação política básica a filiados e simpatizantes para fortalecer a democracia.	60h
2	Curso para filiados	Oferecer formação política geral aos filiados Difundir a cultura partidária entre os novos filiados.	75h
	Curso para candidatos	Capacitar candidatos do partido para atuar politicamente em suas funções. Capacitar candidatos para campanhas eleitorais.	35h
3	Curso p/ prefeitos e vereadores	Capacitar prefeitos e vereadores para o exercício do mandato público.	60h
4	Curso p/ gestores públicos	Capacitar gestores públicos do quadro partidário.	35h
5	Curso p/ agentes comunitários	Capacitar agentes comunitários locais.	35h
6	Curso p/ jovens militantes	Preparar e estimular os jovens para a vida pública.	35h
7	Curso p/ militância feminina	Fortalecer a participação da mulher na política.	35h
8	Curso p/ militância negra	Difundir a cultura da igualdade racial.	35h
9	Educação socioambiental	Divulgar conteúdos para promover a consciência ecológica cidadã.	60h
10	Formação multicultural	Promover a tolerância multicultural.	60h
11	Curso de oratória e dicção	Capacitar para comunicação oral.	20h
12	Capacitação para participação	Promover a participação cidadã nos conselhos setoriais.	40h
13	Curso de formação marxista	Debater as ideias fundamentais do Marxismo	60h
14	Pensamento político clássico	Oferecer formação política básica em pensamento político clássico.	60h
15	Outros	Oferecer conteúdos específicos, de acordo com o perfil do partido.	Variável

Fonte: Elaboração do autor, com informações dos websites dos partidos.

QUADRO 6 – Entidades que promovem os cursos

	Partido	Entidade	Website
1	PMDB	Fundação Ulisses Guimarães	http://www.fundacaoulysses.org.br
2	PT	Escola Nacional de Formação do PT	http://www.enfpt.org.br
3	PCdoB	Escola Nacional de Formação Comunista	http://www.pcdob.org.br
4	PMN	Fundação Juscelino Kubitschek	http://www.fundacaojk.org.br
5	PPS	Fundação Astrojildo Pereira	
8	PHS	Instituto de Pesquisas Humanistas e Solidárias	http://phs.org.br/iphs

Fonte: Elaboração do autor, com informações dos websites dos partidos.

de alguma forma de educação política, apenas oito apresentam uma estrutura consolidada, representadas pelas entidades enumeradas no Quadro 6. Nos demais as atividades educativas são de responsabilidade de um núcleo do próprio partido. A existência de uma instituição especializada no assunto leva-nos a supor que se trata de um projeto consolidado de formação política. Nesse caso, apenas oito agremiações podem ser apontadas como aquelas que investem em atividades educativas de modo mais profissional.

Conclusões

O levantamento indica que, dos 32 partidos registrados na Justiça Eleitoral, 28 deles (82,5%) investem em algum tipo de projeto de educação política. As iniciativas mais comuns são: educação política para jovens, cursos regulares de curta duração à distância, educação ambiental, história política e pensamento político clássico. Em todas elas, o aprendizado político é regido pela lógica de recrutamento, a fim de arregimentar e formar aliados fieis à doutrina dos partidos, com vistas ao fortalecimento de sua identidade e ao engajamento dos novos adeptos na militância. Percebe-se uma relação entre o desenvolvimento das principais ações de educação política e uma maior participação no fundo partidário, o que pode ser resultado da profissionalização dessas instituições políticas de maior envergadura.

As estratégias de educação política estão associadas às demais estratégias de publicidade, visibilidade e propaganda política das legendas, a fim de reiterar o poder simbólico de suas representações oficiais. A finalidade principal parecer ser a de fazer os cidadãos conhecerem e reconhecerem a identidade partidária, o que ocorre pela atuação dos símbolos e da doutrina dos partidos. Em suma, as estratégias de educação política constituem, na realidade, modos de propaganda para angariar e formar quadros partidários, com vistas ao fortalecimento do poder de inserção social das ideias e fundamentos doutrinários das agremiações. Em outras palavras, trata-se de iniciativas para aumentar o poder de influência dos partidos na vida social e política (PASQUALINO, 2000), com base na coesão política entre seus dirigentes e signatários por meio das atividades de educação e propaganda. Uma lógica imaginável e esperada, já que o objetivo final é o aumento do capital político (poder) que confira vantagem competitiva num sistema multipartidário que funciona mediante coalizões entre os poderes Legislativo e Executivo. Trata-se ainda de uma estratégia de qualificação de quadros, com o propósito de aumentar os recursos eleitorais dos partidos (Oppo, 2000).

Tendo em perspectiva o horizonte teórico anteriormente delineado, no qual a educação é reconhecida como fundamental para a formação de cidadãos com cultura cívica e reconhecidas habilidades para participar do debate público, reiteramos como contribuição básica para o campo dos estudos sobre educação política os conceitos de cultura democrática, *embedded democracy* e educação difusa. É nesses conceitos e seu valor heurístico aplicável a esse enfoque que está o principal ponto de convergência entre os autores citados no âmbito do escopo analítico aqui delineado. Quanto ao primeiro conceito, relacionado ao desenvolvimento de atitudes e comportamentos para sustentar, consolidar e fortalecer a democracia, cabe

questionar até que ponto as iniciativas de educação política dos partidos cumprem, de fato, essa função. Ao difundir suas ideias, arregimentar aliados e fazer propaganda, será que a democracia sai fortalecida de algum modo? A lógica seria de educação política efetivamente ou de fortalecimento da noção de *partitocracia* (PASQUINO, 2000)? O objetivo é o aprendizado para a cidadania ou para o engajamento e a militância? Obviamente que o investimento em educação e mecanismos de transparência nos sites contribuem de alguma forma para a democracia, o que se pretende aqui é sugerir uma avaliação dessas contribuições à luz dos conceitos de educação política e *embedded democracy*.

Quanto à noção de cultura democrática, nos termos de Chauí (1993), cabe reiterar seu papel na construção de valores cívicos, éticos e sociais, voltados para a tolerância, a liberdade, a autonomia e a ética política. Ao focar em conteúdos atrelados a seus programas partidários e à identidade militante, até que ponto as estratégias de educação utilizadas pelos partidos políticos promovem valores voltados para os fins referidos? Como cultivar a pluralidade, a tolerância e a liberdade com conteúdos ideológicos focados no escopo da disputa partidária vinculada à lógica concorrencial da democracia liberal? Ainda que o conhecimento da dinâmica multipartidária no Brasil seja obviamente importante.

Acerca dos conceitos de *embedded democracy* e educação difusa parece haver maior coerência dos conteúdos educativos dos partidos, com a ressalva de que a perspectiva de democracia enfatizada é aquela que se insere na competição eleitoral, com o intuito de formar competências para tal fim, tornando a democracia encaixada e inserida nas relações sociais dos militantes, dirigentes e simpatizantes. Nesse quesito, a educação difusa aplica-se, pois contribui para a transmissão de comportamentos, disposições, crenças e competências (Petitat, 2011) para a atuação partidária, o que ocorre fora do ambiente escolar formal. O cultivo de virtudes cívicas requer um contexto de compartilhamento discursivo de opiniões e valores, fundamentais ao aprendizado político. Todo esse processo fortalece a cultura democrática e a inserção da democracia nas relações sociais (*embeddeddemocracy*), tornando o homem um permanente aprendiz para a vida política, como argumenta Hannah Arendt. Nesse sentido, destaca-se que a grande variedade de ações de educação política identificadas por meios dos portais dos partidos contribuem para esse aprendizado político em termos gerais, mas se direcionam, em grande parte e de forma estratégica, para a formação de quadros e para o recrutamento de aliados, além de se focar também em atividades formativas voltadas às competências para a competição eleitoral dos filiados.

Referências

- Arendt, H (1983). *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense.
- _____ (2000). *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva.
- _____ (2004). *O que é política*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- _____ (2000). *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva.
- Avritzer, L. (2007). Sociedade civil, instituições participativas e representação: da autorização à legitimidade da ação. Dados, vol.50, n.3, 2007, p.443-464.
- Baquero, Marcelo (2000). *A vulnerabilidade dos partidos políticos e a crise da democracia na América Latina*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS.
- Bauman, Z. (2000). *Em busca da política*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bezerra, A. C. (1999). de S. *Em nome das bases: política, favor e dependência pessoal*. São Paulo: Relume-Dumará.
- Boff, G. (2010). La concepción de La ley Hannah Arendt. *Revista Jurídica Online de Derecho Público*. Guayaquil, v. 3, n.1, p. 8-20. Disponível em: http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com_content&task=view&id=651&Itemid=116. Consultado em 03.04.12.
- Boltanski, L. (2000). *El amor e La justicia como competencias: três ensayos de sociologia de la acción*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bourdieu, P. (1989). *Opoder simbólico*. Lisboa, Portugal: Difel.
- Braga, S; França, A. S. T.; Nicolás, M. A. (2009). Os partidos políticos brasileiros e a internet – Uma avaliação dos websites dos partidos políticos do Brasil. In *Rev. Sociologia e Política*, v 17, n 34, p. 183-208, out, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v17n34/a13v17n34.pdf>. Acessado em 18 de junho de 2014.
- Brandão, A. (2006). Bobbio nas teorias democráticas. *Lua Nova*, São Paulo, n. 68, p. 123-145.
- Carreirão, Yan de S. (2012). O sistema partidário brasileiro: um balanço de tendências recentes. Trabalho apresentado no GT Partidos e Sistemas Partidários do 36º. Encontro Anual da Anpocs, Águas de Lindóia, out.
- Carvalho, José Murilo (1990). *A formação das almas: o imaginário da República no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Castells M. (2010). *The rise of the Network Society*. Oxford, Blackwell.
- _____ (2003). *A galáxia da internet*. Rio de Janeiro: Zahar.
- _____ (2013). *Redes de indignação e esperança*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Cosson, R. (2011). Letramento político: trilhas abertas em um campo minado. E-Legis – *Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação – Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento da Câmara dos Deputados*, n.o. 07, p. 49-58, 2.o. semestre de 2011. Disponível em: http://www.educacaoadistancia.camara.leg.br/ead_cfd/file.php/185/Biblioteca_Complementar/Letramento_Politico_Trilhas_abertas.pdf. Acessado em agosto de 2014.
- Dalton, Russell, e Wattenberg, Martin (eds.) (2000). *Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- Dantas, H. (2014) Partidos podem educar? Estadão. com.br, 03/04/2014. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,analise-partidos-podem-educar,1126122,0.htm>. Acesso em 09/04/2014.
- Duverger, Maurice (1993). Os Partidos Políticos. Rio de Janeiro. Zahar Editor, 1987, CHAUÍ, M. *Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas*. São Paulo: Cortez.
- Durkheim, E. (2002). Nona lição: Moral Cívica – Formas do Estado. A Democracia. *Lições de Sociologia*. São Paulo: Martins Fontes, p.137-152.
- Elias, N. (1993). *O Processo Civilizador: Formação do Estado e Civilização*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, vol. 2.
- Gomes, W. (2011). Participação política online: questões e hipóteses de trabalho. In Maia, Rousiley Celi Moreira; Gomes, W.; Marques, F. P. J. A. *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre/RS: Sulina.
- Harvey, D. (1992). *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola.
- Habermas, J. (1987) *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- _____ (1997). *Direito e democracia*. Rio de Janeiro: tempo Brasileiro.
- Key, V. O. (1964). *Politics, Parties and Pressure Groups*. New York: Crowell.

- Krischke, P. J. (2002). Abordagens ao aprendizado político. *Civitas*, Porto Alegre, v.2, nº 2, dez. , p.273-284.
- Jackson, N. (2007). Political parties, the Internet and the 2005 General Election: third time Lucky? *Internet Research*, v. 17, n.3, p.249-271.
- Lafer, C. (2000). Prefácio. In: ARENDT, H. *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva.
- Lash, Scott (2005). Crítica de La Información. Buenos Aires-Madrid, Amorrortu Editores.
- Lipovetsky, Gilles (2013). *A era do vazio*. Lisboa: Edições 70.
- Lycairão, Diógenes (2011). Internet e movimento ambientalista: estratégias do Greenpeace para a sustentação de debates na Esfera Pública. B. S. In: MAIA, R. C. M.; Gomes, W.; Marques, F. P. J. A. *Participação política e internet no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, p.257-292.
- Luchmann, L. H. H. (2012). Participação e aprendizado político no orçamento participativo: estudo de caso em um município catarinense. *Educação & Sociedade*, Brasília, v.33, n.119, pp. 513-532.
- Maia, Eduardo Lopes Cabral (2006). Religião e Política: o fenômeno evangélico. [Dissertação]. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política. Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.
- Mainwaring, Scott. P. (2001). Sistemas Partidários em Novas Democracias: O Caso do Brasil. Rio de Janeiro. FVG.
- Manin, Bernard (1995). As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.10, n.29, out, p.5-34.
- _____ (2013). A democracia do público reconsiderada. *Novos Estudos CEBRAP*. São Paulo, n.97, pp. 115-127.
- Mccoy, J. (2000). Political learning and democratization in Latin America: do politicians learn from crisis? Coral Gables: North-South Center.
- Meneguello, Rachel (1998). *Partidos e Governos no Brasil Contemporâneo (1985-1997)*. São Paulo. Paz e Terra.
- _____ (2000). Partidos Conservadores no Brasil. São Paulo. Paz e Terra.
- Michels, Robert (1982). *Sociologia dos Partidos Políticos*. Brasília. UnB.
- Miguel, Luis Felipe (2014). Oligarquia, democracia e representação no pensamento de Michels. *Rev. Bras. Ciênc. Polít.* n.13, pp. 137-154.
- Moises, J. A. (2005). A desconfiança nas instituições democráticas. *Opinião Pública*, v. 11, n. 1, p. 33-63.
- _____ (2008). Cultura política, instituições e democracia – Lições da experiência brasileira. In *Revista Brasileira de Ciências Sociais – RBCS*, Vol. 23 nº. 66 fevereiro/2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v23n66/02.pdf>. Acessado em agosto de 2014.
- O'Donnel, G. A. (2004). *The Quality of Democracy*. South Bend: University of Notre Dame Press.
- Oppo, A. (2000). Partidos políticos. In: BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. *Dicionário de Política*. 5ª. Ed. Brasília: EdUnB, p. 898-905.
- Panbianco, Ângelo (1990). *Modelos de partido*. Madrid: Alianza Editorial.
- Pasquino, G. Partitocracia (2000). In: BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. *Dicionário de Política*. 5ª. Ed. Brasília: EdUnB, p. 905-909.
- Peirano, M. (2011). *O dito e o feito*. São Paulo: Relume-Dumara.
- Pereira, Frederico Batista (2014). A estabilidade e a efetividade da preferência partidária no Brasil. *Rev. Bras. Ciênc. Polít.* n.13, pp. 213-244.
- Petit, A. (2011). Educação difusa e relação social. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, v. 36, n. 2, maio/ago. P.365-376.
- Ramos, H. (2014). Digital Inevitability: The Power of Weak Ties, Convergence and Curiosity in Stuxnet's Dissemination. *OBS Journal*. Lisboa, v.8, n.1, p.95-120.
- Reis, Fábio Wanderley (2010). Identidade política, desigualdade e partidos brasileiros. *Novos estud.* – CEBRAP, n.87, pp. 61-75.
- Ribeiro, Gustavo Lins (2000). *Cultura e política no mundo contemporâneo*. Brasília, EdUnB.
- Santos, Fabiano. O poder Legislativo no presidencialismo de coalizão. Belo Horizonte/Rio de Janeiro: Editora UFMG/IUPERJ, 2001.
- Schmidt, L. (2003). *Ambiente no ecrã: emissões e demissões no serviço público televisivo*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais.
- Urbinati, N. (2013a). Crise e metamorfoses da democracia. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*,

São Paulo, v.28, n. 82, p.5-16.

_____ (2013b). Da democracia dos partidos ao plebiscito da audiente. *Lua Nova*, São Paulo, n.89, p.85-105.

Veiga, L. F. (2007). Os partidos brasileiros na perspectiva dos eleitores. *Opinião Pública*, Campinas, v.13, n.2, p.340-365.

Schlutcher, W. (2000). Neutralidade de valor e a ética da responsabilidade. COELHO, Maria F. Pinheiro et al. (Org.). *Política, ciência e cultura em Weber*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, p.55-110.

Weber, M. (1999). *Economia e Sociedade*. Brasília: Editora da UnB.