



TODOS OS GADGETS DO PRESIDENTE

BARACK OBAMA E O DESAFIO DE TRANSFORMAR O PAÍS MAIS PODEROSO DO PLANETA EM UMA GIGANTESCA COMUNIDADE VIRTUAL ORGANIZADA

POR LEANDRO DEMORI ★ ILUSTRAÇÃO CHARIS TSEVIS

“

O novo presidente é um dos mais entusiasmados fãs da nova tecnologia wireless, recém-chegada a Washington. Receptores há pouco instalados na Casa Branca, um dos quais ao lado da mesa de trabalho do chefe da nação, estão superando as antigas tecnologias de comunicação a longa distância. São os tempos modernos.”

Assim poderia ser resumida uma notícia impressa pelo jornal “The New York Times” e republicada pelo “Times” de Londres sobre o advento da rede wireless em Washington. O presidente, no entanto, não é o geek Barack Obama, e o ano não é 2009. Estamos em 13 de abril de 1922, e o homem-forte dos Estados Unidos se chama Warren G. Harding. No lugar de modernos Blackberry como o de Obama, Harding estava maravilhado com os novos modelos de rádios que pegavam “até mesmo” estações do Havaí. »



» A nota do “New York Times” mostra que inaugurar novas eras não é exatamente um privilégio de Barack Obama, o recém-empossado presidente americano. Boa parte das invenções do século 20 — a internet inclusive — passou pelas mãos do governo de Washington. A diferença hoje é que, pela primeira vez na História, um chefe de estado mostra interesse real em quebrar um paradigma histórico entre governantes e governados: substituir os monólogos midiáticos por diálogos de duas vias utilizando, sobretudo, a rede mundial de computadores.

Na prática, perdem espaço os rádios, as emissoras de TV e os jornais, meios pelos quais os presidentes enviaram mensagens à nação por sucessivas gerações, e ganham terreno os computadores pessoais e os dispositivos móveis como celulares, videogames, iPhones, Blackberrys, Palms... Por meio deles, além de falar, a Casa Branca também deverá ouvir milhões de pessoas que querem postar mensagem em blogs oficiais, fóruns de discussão, vídeos e comunidades virtuais. É como transformar o governo em uma gigantesca comunidade online. “A internet será o lugar ideal para testar o pulso da opinião pública”, afirma Massimo Russo, titular da cadeira sobre redes sociais da Faculdade de Sociologia da Universidade de Urbino, na Itália.

A migração da Casa Branca 1.0 (a dos discursos) para a Casa Branca 2.0 (a da participação popular), no entanto, pode ser traumática — e de fato não se realizar por completo. Um número pode ilustrar

bem a situação: hoje, 24 mil sites são administrados diretamente por algum órgão oficial americano. Fazer esse Lego de infinitos bits conversar é tarefa pesada. Há outros pontos cruciais que rondam essa migração, como proteger os dados pessoais das pessoas que postarão nos sites do governo, filtrar mensagens sem parecer autoritário, descobrir o nível de transparência dos atos que o novo governo está disposto a negociar com o público e, sobretudo, como fazer tudo isso sem pôr em segurança o próprio governo.

Essas questões passam, antes de tudo, por outro problema primordial: um mamute perdido no tempo chamado Casa Branca, tecnologicamente congelada na geleira da História. Há em suas salas e corredores, além de entraves burocráticos, telefones pifados, computadores antigos e lentos e softwares defasados. Parte importante de sua estrutura de comunicações não funciona, ou funciona mal, e já deu seu primeiro sinal de (falta de) vida logo nos primeiros dias da nova administração. Em 27 de janeiro, o porta-voz da Presidência veio a público para anunciar que o sistema de e-mails do governo havia parado de funcionar. Foram cerca de oito horas no escuro digital. O ciberpresidente precisou recorrer ao bloco de notas e aos memorandos em papel enquanto seu BlackBerry estava sendo recarregado. Obama definiu a nova realidade traçando um paralelo entre gerações de games: “É como retroceder do Xbox para o Atari”. »

DO CÓDIGO MORSE AO YOUTUBE

Desde o século 19, as novas tecnologias sempre tiveram lugar na Casa Branca, mas nem todos os presidentes foram entusiastas da modernidade

1866

TELÉGRAFO

ANDREW JOHNSON

Após Lincoln expandir o sistema de aquecimento dos escritórios, Andrew Johnson mandou construir uma sala ao lado de seu escritório principal, onde instalaram o aparelho de telégrafo

1891

ELETRICIDADE

BENJAMIN HARRISON

A eletricidade não era exatamente uma novidade quando substituiu o gás na Casa Branca. O presidente Harrison, no entanto, ainda pouco habituado àquela modernidade, pedia para que os empregados ligassem e desligassem as luzes. Tinha medo de ser eletrocutado

1918

PRONUNCIAMENTO PELO RÁDIO

WOODROW WILSON

Além de fazer o primeiro pronunciamento oficial por rádio (para tropas do exército e alguns cidadãos do país), Wilson ainda inaugurou a linha telefônica Nova York/São Francisco, em 1915

1947

PRONUNCIAMENTO PELA TV

HARRY TRUMAN

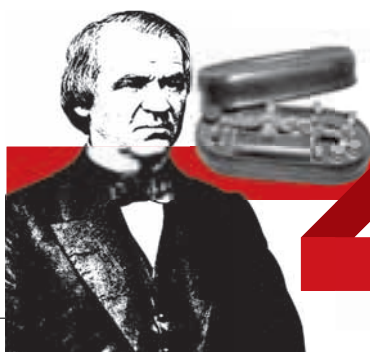
Em outubro daquele ano, Truman inauguraria a era dos pronunciamentos televisivos diretamente da Casa Branca, falando sobre crise e a conservação de alimentos

FINAL DOS ANOS 70

PAINÉIS SOLARES E COMPUTADORES

JIMMY CARTER

Os painéis de Carter foram instalados mais por motivos políticos do que por necessidade. Sua “inauguração” era uma resposta ao embargo de petróleo imposto pelos países árabes. Foram removidos por Ronald Reagan no mandato seguinte. Ao final de sua administração, Carter deixaria uma central de processamento de dados



Campanha: quando chegou à Opera House de Rochester, New Hampshire, em janeiro de 2008, o candidato Obama logo sacou seu Blackberry para colocar a correspondência em dia, hábito que ele não quer abandonar



ANOS 80

COMPUTADORES PESSOAIS

RONALD REAGAN
Reagan deu continuidade ao trabalho de Carter, expandindo o uso de computadores pessoais para diversas áreas da Casa Branca

1992

E-MAIL

GEORGE H. W. BUSH
Foi o primeiro presidente a implantar e utilizar a nova tecnologia. Bush pai, no entanto, não fez uso da ferramenta de forma sistemática durante sua administração por motivos de adaptação e segurança

1994

SITE DA CASA BRANCA

BILL CLINTON
Primeira página oficial do governo americano. Várias versões seriam criadas até o fim de sua administração, estabelecendo a ideia de "portal para o governo"

2000

FOTOS E VÍDEOS ONLINE

GEORGE W. BUSH
Bush filho foi o primeiro presidente a fazer distribuição de fotos e vídeos de suas ações cotidianas por meio da internet, utilizando o próprio site da Casa Branca



» WE CAN'T

Se não conhecia a realidade da Casa Branca, ao menos durante a campanha Obama pôde provar intensamente o gosto da web — o doce e o amargo — para traçar os novos rumos de seu governo digital. Os números de adesão online surpreendem: há perfis oficiais do presidente em 16 sites de relacionamento. São mais de 5 milhões de fãs no Facebook, a principal rede social dos EUA. Durante o primeiro minuto do discurso de posse, 8.500 mensagens foram postadas no site (em poucas horas seriam mais de meio milhão). No serviço de microblogging Twitter são cerca de 280 mil “seguidores”, no Myspace, mais de um milhão de “amigos”.

Esse mar digital de gente fez da campanha de Obama a mais lucrativa da História, com uma arrecadação superior a US\$ 750 milhões, boa parte enviada por “e-eleitores”. McCain arrecadou cerca de um terço desse valor, incluindo os US\$ 84 milhões do financiamento público de campanha, dinheiro rejeitado por Obama. Com popularidade no espaço e adesão brutal, o democrata foi o primeiro candidato presidencial, desde as reformas feitas nos anos 70, a desistir do fundo público.

A quantidade de seguidores, amigos e fãs do novo presidente, no entanto, não o blindou de críticas imediatas. Ainda durante a campanha, seu primeiro vídeo no YouTube foi duramente condenado por não aceitar comentários (depois liberados), o que o tornaria igual a uma mensagem gravada para a TV. Logo depois da posse, internautas reclamaram que o Twitter do presidente havia sido abandonado, e um artigo do jornal “Washington Post” descrevia o novo site da Casa Branca como um verdadeiro fantasma online. Segundo o jornal, nenhum novo post foi acrescentado sobre o primeiro dia de trabalho de Obama, como as reuniões com as equipes de economia e segurança. “Compromisso é ainda a arte da política, e a web não muda essa arte”, diz Walter Jaehnig, doutor em ética, teoria da mídia, filosofia e política da Universidade Southern Illinois, nos EUA.

A decisão de vetar comentários também pesou na hora de lançar o blog da Casa Branca. Lá, assim como no YouTube, só o governo tem voz. Nem mesmo no lançamento da página do Office of Public Liaison, espécie de autoridade oficial para agrupar pessoas e governo, havia um endereço de e-mail (depois corrigido com um espaço para sugestões e limitação de tamanho de texto). A mensagem por trás dessas atitudes foi lida por muitos como frustrante — e limitada a 500 caracteres. “Em situações sem mediação, as reações negativas devem ser sempre esperadas”, afirma Russo.

As críticas são sinal de que a web foi importante para eleger o novo presidente, mas deverá ser ainda mais crucial para sustentá-lo no cargo. Os americanos querem que Obama utilize a rede para dialogar e dar transparência. Uma pesquisa encomendada pela organização Pew Internet & American Life Project mostra que 51% dos entrevistados esperam comunicações online diretas do governo daqui para frente, e 37% delas acreditam que Obama deve manter seus perfis online atualizados.

Para monitorar o novo presidente utilizando sua maior aliada, o site Politifact.com criou o Obameter, uma espécie de medidor que acompanha as promessas eleitorais feitas durante a campanha. Tudo online, é claro. Segundo o medidor, a primeira promessa já foi quebrada e vai no coração da discussão sobre participação pública e internet. No palanque, Obama disse que não assinaria nada que não fosse emergencial sem dar às pessoas cinco dias de debates sobre o assunto no site da Casa Branca. Em 29 de janeiro, porém, ele assinou uma lei sem pedir conselhos à opinião pública. Os tempos são de olho clínico virtual — em tempo real.

BLACKBERRY VERSUS SEGURANÇA NACIONAL


A primeira polêmica sobre novas tecnologias surgiu na reta final da campanha, quando Obama estava praticamente com a faixa no peito. Afinal, ele poderia continuar usando seu inseparável Blackberry para ler notícias, informes oficiais e e-mails? A princípio, os chefões da segurança do governo balançaram a cabeça negativamente. Nenhum presidente jamais usara um dispositivo pessoal eletrônico de comunicação que não fosse o telefone. George W. Bush nunca enviou nem sequer um e-mail oficial. O Blackberry de Obama se tornou assunto mundial por representar um possível risco à nação. E se o pequeno arquivo pessoal do presidente caísse em mãos erradas? Obama ordenou: “Eu quero usar. Deem um jeito”.

Para atender ao novo chefe, uma agência governamental adicionou uma codificação de segurança no aparelho do presidente. Segundo informações veiculadas na imprensa americana, o Blackberry de Obama está inviolável. A preocupação, agora, é cuidar das aplicações de interação com usuários via internet, ponto sensível para a segurança de informações. A única certeza, por enquanto, é que uma rede que permite invasões e roubo de dados precisa ser aperfeiçoada. “Os EUA são muito vulneráveis a ataques digitais”, diz Raymond Monaco, consultor

americano que trabalhou por dois anos em um sistema de segurança militar no Oriente Médio. “O Facebook, por exemplo, foi recentemente hackeado, e os perfis roubados serviram para cometer fraudes. Isso pode acontecer em um site oficial com arquitetura de informação semelhante.”

O inimigo mora ao lado. E o próprio presidente já foi vítima de um hacker na rede social Twitter. Obama e outras 30 celebridades tiveram suas contas invadidas, informações pessoais foram mudadas e posts falsos foram criados. Era só uma brincadeira, mas poderia não ser. Como os sites do governo deverão seguir uma lógica de programação semelhante à das redes existentes hoje, a probabilidade de ataques é considerável, o que significa que mensagens falsas também podem ser criadas em nome do governo por pura diversão. Ou para confundir. Ou para causar pânico. Tudo vai depender do interesse de quem está tentando quebrar os protocolos de segurança.

Para evitar surpresas, o governo deve agir preventivamente, o que significa cobrar cadastros, moderar comentários e, possivelmente, investigar pessoas. Com dados mínimos de acesso, mais especificamente por meio do endereço IP (espécie de identidade de cada computador), é possível ter uma boa base de informações sobre o usuário. Com alguns itens cruzados, fica fácil descobrir muita coisa sobre qualquer internauta.

De início, um dos maiores problemas nos novos aplicativos da Casa Branca podem ser as redes zumbis, consideradas pelo próprio FBI uma ameaça crescente. Essas redes são formadas por centenas de milhares de computadores infectados que permitem que os criminosos realizem atividades ilegais com boas chances de não serem descobertos. Bloqueá-las é muito difícil. “As redes zumbis representam um perigo verdadeiro para os sistemas da internet de modo geral”, afirma Althieres Rohr, especialista em segurança pessoal na internet e criador do blog linhadefensiva.org. “Um criminoso pode utilizar um computador infectado para explorar uma falha, por exemplo, e dificultar a identificação de quem realmente fez o ataque.” Conectar pessoas ao governo, afinal, é assumir os riscos de entrar em contato com suas piores intenções. E saber que a qualquer momento talvez precise apertar as teclas Control + Alt + Del. 

VÁ FUNDO

PARA NAVEGAR

• www.galileu.globo.com

© Fábio Dias

OBAMA em números

510

promessas eleitorais feitas durante a campanha, segundo o site Politifact.com. Todas serão acompanhadas pelo medidor Obameter

750 milhões

de dólares arrecadados na campanha, recorde histórico superior à combinação do total das arrecadações dos indicados pelos dois maiores partidos dos EUA quatro anos atrás. George W. Bush e John Kerry somaram US\$ 653 milhões em 2004, incluindo fundos públicos



24 mil

sites são administrados diretamente por algum órgão oficial americano

13 milhões

de nomes e e-mails no banco de dados da campanha de Obama

50 milhões

A grife BlackBerry aumentou em cerca de US\$ 50 milhões seu valor de mercado, segundo especialistas, por conta da exposição nas mãos de Obama

 BlackBerry



1 milhão de “amigos” no Myspace

84 milhões

de dólares dispensados do fundo público para a campanha

280 mil “seguidores” no Twitter



164 mil

inscritos no canal de Obama no YouTube





5 milhões de fãs no Facebook

