



2.3.8 • A comunicação mundializada • Utilizações e manipulações da informação e da comunicação

Think Tanks num mundo globalizado

Cátia Miriam Costa

OS *THINK TANKS* estão entre as instituições que actualmente mais influenciam as políticas públicas a nível global, em termos internos e externos. No entanto, a literatura científica acerca deste tipo de instituições é ainda pouco numerosa (Wiarda, 2015), bem como os estudos comparativos sobre a ação e capacidade de influência dos *Think Tanks* (Fraussen, Halpin, 2016), apesar de continuarem a crescer em número e variedade e de terem chegado a todos os continentes, latitudes e longitudes.

É curioso verificar que países com diferentes tradições organizativas das dos países anglo-saxónicos, onde tradicionalmente se encontravam estas organizações, como a Alemanha ou a China, protagonizaram o investimento neste tipo de instituições habilitando-as com capacidade de influência interna e reconhecimento externo. O Instituto Lander da Universidade da Pensilvânia tem desenvolvido alguns estudos em torno desta questão, produzindo inclusivamente um *ranking* anual.

Foi o sucesso dos *Think Tanks* que inspirou o alastramento deste tipo de instituição. Este êxito articula-se com as profundas alterações que os Estados foram introduzindo na governação, nomeadamente com o desinvestimento e a erosão da capacidade interna da Administração Pública gerar ideias de médio e longo prazo, levantando o problema do pensamento estratégico que, à imagem de outras questões, antes entregues ao setor público, foram sendo remetidas para *outsourcing* (Franssen & Halpin, 2016). Foi esta quebra do monopólio governamental, baseada na redução dos Orçamentos de Estado, que permitiu a entrada destes pensadores vindo dos meios privados, com uma dimensão tal, que se tornou uma das razões do seu sucesso (Nicander, 2016).

Assim, formou-se a ideia que as propostas inovadoras estariam alocadas nestas instituições que tinham capacidade de as difundir e fazer chegar aos decisores políticos. A ação dos *Think Tanks* tornou-se essencial para delinear as agendas políticas e fez com que os próprios governos assumam frequentemente as prioridades estabelecidas por estas organizações, assumindo-as como as questões políticas prementes para a governação resolver.

Deste modo, os *Think Tanks* podem reclamar para si a identificação de um problema ou a oportunidade de implementar uma nova política, colocando-os na vanguarda de certas agendas político-estatais.

Porém, o que são os *Think Tanks*? São instituições nascidas na sociedade civil e em geral apoiadas por fundos privados; são uma fonte de ideias e de avaliação de propostas políticas que

precisam de especialistas, de uma equipa e de patrocinadores para manterem a sua atividade. Nas palavras de Nicander convertem acesso político em dinheiro, dinheiro em ideias e ideias em legitimidade. No entanto, não tendem a ser corporativistas, dado que pretendem manter a independência como sua característica essencial. As redes de contacto e a reputação são consideradas como alguns dos elementos chave para o sucesso de um *Think Tank* e isso só se consegue com a autonomia face aos vários interesses na sociedade.

“

Os *Think Tanks* com mais sucesso começaram por ser aqueles que se dedicavam à política externa e relações internacionais.

”

O seu sucesso junto dos governos e da opinião pública acabou por gerar a sua multiplicação, tornando o meio extremamente competitivo e levantando novas questões para os mais recentes *Think Tanks*, confrontados com uma menor notoriedade na sociedade e junto dos decisores políticos. Alguns autores, dada a escassez de recursos e de ideias inovadoras disruptivas, aconselham que os novos *Think Tanks* se especializem em áreas de influência e procurem alcançar reconhecimento no seio de determinados nichos.

Das Academias de Ciências aos *Think Tanks*

As sociedades ocidentais, desde o Iluminismo, confrontaram-se com iniciativas da sociedade civil pretendendo influenciar a tomada de de-

cisões políticas. As Academias de Ciências e as Sociedades Reais de conhecimento foram instituições em que hoje podemos reconhecer os mesmos princípios dos *Think Tanks*: também estas pretendiam influenciar a opinião pública, no sentido de mudar as políticas públicas. A Academia de Ciências Francesa, fundada em 1666, no século XVIII é um local de discussão pública de questões políticas constante. Exemplo disso, em 1746, é o amplo debate sobre a questão da escravatura tendo sido mandados imprimir os discursos feitos na instituição para o melhor esclarecimento da opinião pública. O caso mais saliente deste processo foi o discurso de André-Daniel Laffon de Ladebat, em Bordéus nesse mesmo ano.

Também em Portugal, existiram instituições deste tipo como, por exemplo, a Sociedade de Geografia de Lisboa, dedicada à política colonial em Portugal, onde se reuniam intelectuais oriundos de diversas áreas ideológicas, realizando congressos, palestras e outros eventos sociais e pedagógicos e escrevendo na imprensa periódica, introduzindo o debate colonial à opinião pública.

Tal como hoje e não prescindindo da sua ligação à universidade, estas instituições faziam convergir académicos e não académicos lançando para o debate público as questões que queria ver tratadas politicamente. Usavam os seus bons ofícios junto dos protagonistas políticos para criar influências em nome da ciência, da racionalidade e da ética.

Neste aspeto, pouco diferem do que é a realidade atual dos *Think Tanks* e da sua relação com o mundo académico. Também estas instituições continuam a recorrer a académicos para a prossecução dos seus estudos, numa reivindicação de autonomia ideológica e partidária que é uma das bases da sua independência face aos *lobbies* partidários ou políticos. O conhecimento, a tra-

O ESTUDO DOS *THINK TANKS*

O *Think Tanks and Civil Societies Program* (TTCSP) – Programa de *Think Tanks* e Sociedades Cívicas (consultável em <http://gotothinktank.com>) mantém-se ativo desde 1989.

Começou por ser um Programa do Instituto de Pesquisa de Política Externa em Filadélfia, tendo em 2008 passado para Programa de Relações Internacionais da Universidade de Pensilvânia, sendo hoje uma iniciativa do Instituto Lauder desta universidade (<http://gotothinktank.com/about-us/>).

Para além de produzir o *ranking* a nível mundial, este programa investiga as tendências observadas entre os *think Tanks* e o seu papel no processo da formação da decisão política.

O *ranking* anual é publicado num relatório que contém informação detalhada sobre a situação dos *think Tanks* a nível mundial, com relevo para as mudanças que vão ocorrendo nos Estados Unidos da América. Informações como a distribuição geográfica deste tipo de instituições (por exemplo, em Portugal são identificados vinte e um), áreas de actuação, investigação e estatísticas várias são anualmente atualizadas, sendo uma das fontes mais usadas para o estudo dos *think Tanks*. O Relatório Anual do último ano pode ser consultado em http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=think_Tanks. Apesar de se apresentarem como uma instituição de investigação, o TTCSP possui uma notável capacidade de influenciar o modo como os *think Tanks* são vistos e o seu impacto ao nível internacional.

A EMERGÊNCIA DOS THINK TANKS CHINESES

Apesar de já existirem *Think Tanks* na China desde a década de cinquenta do século XX, nos últimos anos verifica-se um crescimento em número e em diversidade.

Para tal foi decisiva a Terceira Sessão Plenária do XVIII Congresso do Partido Comunista Chinês, em 2012, onde se estabeleceu que o desenvolvimento de *Think Tanks* seria uma das mais importantes plataformas de *softpower* da China. Esta orientação vinha do anterior congresso do Partido, mas ganha um protagonismo diferenciado na referida sessão, (Tao *et al*, 2016). Nessa sessão, ficou também decidido que os *Think Tanks* a serem criados deveriam ser inovadores e obedecer a uma postura adaptada à cultura chinesa.

De facto, verifica-se que de um modelo baseado na tradição russa, em que os centros de estudo universitários ou adjacentes ao próprio partido, como os que ainda hoje estão em funcionamento na China, se tenta passar a um modelo de funcionamento mais consentâneo com as práticas norte-americanas, sem contudo desvirtuar o papel da Administração Pública e do Partido na relação com estes *Think Tanks*, muitos deles dependentes de investimento público.

Não é raro os *Think Tanks* conciliarem posições que por vezes parecem paradoxais e, no caso chinês, tal como noutros, instituições com algum alinhamento ideológico acabam por defender práticas típicas de outro alinhamento ideológico, o que mostra a plasticidade e adaptabilidade que este tipo de organização consegue conciliar (Bing, 2016). É de notar que no caso chinês, os *Think Tanks* dedicados a questões externas continuam a ser muito mais visíveis que os dedicados a uma atuação interna. Contudo, é de realçar que os meios de comunicação chineses estão atualmente muito mais direcionados para a cobertura de atividades dos *Think Tanks* e que estes representam o maior crescimento em número deste tipo de instituições a nível internacional (Abb, 2015).

dicional visão crítica dos factos e a não filiação partidária são assumidos como garante de uma pesquisa isenta, legítima e credível (Fraussen & Halpin, 2015).

Contudo, estes académicos ficam dispensados de cumprir alguns dos requisitos da produção científica. Assim, a escrita dos documentos dos *Think Tanks* torna-se mais atrativa, sendo direta, precisa e clara e fazendo recomendações no final, tendo em atenção que o leitor, ouvinte ou visualizador da sua comunicação será um jornalista, um político ou um cidadão comum; elementos que dificultam a compreensão, como as metodologias, estatísticas ou tabelas complicadas são retiradas do corpo do texto (Wiarda, 2015).

No fundo, o que diverge entre universidades enquanto centros de saber e *Think Tanks* enquanto influenciadores políticos é a sua própria ação, uma pedagógica e a outra de influência de políticas públicas.

Relativamente às universidades, os *Think Tanks* demonstram algumas vantagens, como a formação rápida de grupos de trabalho informais, a sua capacidade de influenciar mais rapidamente as políticas públicas por disporem de elementos de ligação permanente aos decisores políticos e a sua facilidade em rever e publicar os resultados das suas pesquisas sem um processo moroso e burocrático a que estão obrigados os académicos em trabalho científico. Esta versatilidade acaba por ditar a preferência pelos *Think Tanks*, resultantes da iniciativa da sociedade civil, em detrimento daqueles que foram sendo gizados dentro das próprias universidades, refletindo também a tendência assinalada pelos autores que falam sobre o desinvestimento e esvaziamento da influência da esfera das instituições e administração pública na busca de estratégias de longo termo para as políticas públicas. Existem, contudo, casos excepcionais, como o da China, onde se desenvolve um trabalho muito especí-

fico na complementaridade entre *Think Tanks* públicos e privados e em que os primeiros continuam a ser os mais importantes.

Comunicação Internacional e marketing institucional divulgador de ideias

Se as redes de contactos são um dos componentes de sucesso dos *Think Tanks*, a sua projeção pública é essencial para o êxito da sua atividade. Assim, é normal que desenvolvam atividades que, sem parecerem promoção direta ou entendidas enquanto publicidade, sejam divulgadas amiúde: informação sobre almoços-debate, seminários, jantares, aparições públicas são formas de divulgar e tornar-se notícia sem ser preciso uma campanha publicitária. Todavia, estas atividades não dispensam uma boa equipa de relações públicas e comunicação, pelo contrário, exigem-na, incidindo também nas publicações e sua divulgação pública, e debates nos *social media*, tornando o *Think Tank* capacitado para influenciar diretamente a opinião pública. A projeção da marca criada e da reputação percecionada dão-se, sobretudo, através destes meios.

A sua relação com os meios de comunicação social tem de ser permanente e não raro existem governos que tentam através dos *Think Tanks* melhorar a sua perceção pública. Nicander dá exemplo de alguns destes países, mostrando como a comunicação não se foca apenas no público interno: quanto mais influente é o *Think Tank*, maior capacidade tem de projeção. Se conseguir influenciar o governo em questões, por exemplo, de política externa importantes, naturalmente, será procurado por outros protagonistas que permanentemente buscam melhorar as perceções públicas acerca de si.

Aliás, é de referir que os *Think Tanks* com mais sucesso começaram por ser aqueles que se dedicavam à política externa e relações internacionais, sendo um facto tanto em países como os Estados Unidos da América como na China.

Mesmo as novas áreas de atuação dos *Think Tanks* estão fortemente conectadas a questões internacionais como, por exemplo, a mudança climática, o que reforça a necessidade de aposta numa comunicação permeável para outros públicos, que não apenas o nacional.

A possibilidade da comunicação direta sem intermediários também tem sido uma das chaves do contínuo sucesso dos *Think Tanks* que os leva a chegar a audiências cada vez mais vastas, em que os mais influentes levam à criação de novas instituições com características similares. Convém reforçar que a atenção mediática e a capacidade de influenciar são recursos paulatinamente mais disputados que levarão, decerto, a que algumas destas organizações venham a ter dificuldade em se afirmar ao longo do tempo.

Alguns autores defendem mesmo que o sucesso dos *Think Tanks* está prestes a determinar que alguns acabem por desaparecer. ■

Referências

- Abb, P. (2015), China's Foreign Policy Think Tanks: institutional evolution and changing roles, *Journal of Contemporary China*, 24:93, 531-553, DOI: 10.1080/10670564.2014.953856
- Bing, N. C. (2015), From translation to Think Tank: the changing role of the Chinese Communist Party's Central Compilation and Translation Bureau, *Journal of Contemporary China*, 24:93, 554-572, DOI: 10.1080/10670564.2014.953857
- Fraussen, B. & Halpin, D. (2016), Think Tanks and strategic policy-making: the contribution of Think Tanks to policy advisory systems, *Policy Sciences*, DOI: 10.1007/s11077-016-9246-0
- Nicandar, L. (2016), The recipe for *Think Tank* success: the perspective of insiders, *International Journal of Intelligence and Counterintelligence*, Routledge, 738-759. Disponível em https://www.academia.edu/26309659/International_Journal_of_Intelligence_and_Counterintelligence_The_Recipe_for_Think_Tank_Success_The_Perspective_of_Insiders
- Selee, A. (2013) *What should Think Tanks do? A strategic guide to policy impact*. Stanford, Stanford University Press.
- Wiarda, H. J. (2015), Think Tanks and foreign policy in a globalized world: new ideas, new "tanks", new directions, *International Journal*, Sage, 70(4), pp. 517-525, DOI: 10.1177/002072015591760
- Tao, *et al*. (2016) The Advance Experience of Foreign Top-level Think Tanks and its Enlightenment to the Construction of Chinese University Think-Tank. In *MATEC Web Conf.*, v. 68, DOI.org/10.1051/mateconf/20166820001