

Twitosfera: a expansão da ágora digital e seus efeitos no universo político

Dalva Ramaldes¹
Universidade Federal do ES.

Resumo:

Este artigo examina os efeitos do Twitter no campo político, investigando as atividades de natureza política no microblog, o que inclui as manifestações discursivas de detentores de mandato eletivo e de movimentos ciberativistas dedicados de forma temporária ou permanente à vigília de feitos e performances de atores políticos. Visa identificar, substancialmente, o fenômeno de recuperação do poder discursivo do cidadão comum que faz dessa rede social um instrumento de regulação e de sanção da atividade política. Parte-se do pressuposto de que o Twitter tornou-se um fenômeno na ágora digital, ao disponibilizar mecanismos que consolidam a horizontalização da comunicação mediada por computador, necessária aos processos democráticos de livre expressão individual e coletiva. E, ainda, por sua força viral, resultante do estabelecimento de interações mútuas, confirmadas pelas replicações discursivas que os usuários do serviço fazem no mesmo espaço (*reply*, *retweets* e *direct messages*), ou interagindo com outros fóruns de diálogo virtual na *Web*.

Palavras-chave: cibercultura Twitter - interações - ativismo virtual - política

Introdução

O serviço de microblog Twitter tem se revelado uma potência discursiva, abrigando tanto a manifestação individual como a coletiva, instaurando-se como uma vitrina virtual na visibilidade a acordos e a conflitos inerentes às relações de natureza contratuais ou polêmicas que regulam o campo político. Ainda que a direção da atividade discursiva desencadeada por atores políticos e seus aliados diretos na rede seja

¹ Dr^a em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, Coordenadora dos Grupos de Pesquisas “Mídias Digitais Móveis” e “propaganda eleitoral na internet”, certificados pelo CNPq.

marcadamente de natureza eleitoral, explícita ou não, é fora do cenário característico da disputa por mandatos eletivos que outra forma de embate se revela com grande repercussão e extensão, desfazendo qualquer crença antecipada de separação entre o mundo virtual e um mundo dito real: o da regulação e de sanção a feitos e performances de ocupantes de mandatos vinculados ao legislativo ou ao executivo.

A consolidação de redes sociais como mídias livres, a exemplo do Twitter, inaugura e incentiva o diálogo sem intermediação – ação direta – entre cidadãos comuns e seus representantes políticos no executivo ou no legislativo, em uma dinâmica comunicacional até então desconhecida. A força viral incontável constatada no Twitter é um fator de atração que tem levado também um crescente número de políticos a incorporar o serviço às suas estratégias de comunicação, visando ao estabelecimento de laços de interação de maior proximidade não só com seus eleitores e aliados, mas também com usuários diversos. Entretanto, os mecanismos de replicação discursiva próprios do microblog têm incentivado a formação de movimentos de vigília social sobre a ação política. Tal vigília instaura-se na rede como um mecanismo de regulação à prática política e já é possível registrar inúmeros exemplos em que tal atividade resulta em sanções predominantemente negativas.

Na fase inicial dos trabalhos do Grupo de Pesquisas “Propaganda Eleitoral na Internet”², buscamos identificar a constituição de uma “Twitosfera”, como lugar imaterial de interação que amplia a ágora virtual e seus primeiros efeitos sobre o universo político. O percurso da pesquisa direciona as primeiras investigações, objeto deste artigo, aos distintos modos como movimentos sociais de vigília têm se formado e ocupado cooperativamente esse espaço de compartilhamento e de trocas simbólicas. Sejam esses movimentos reconhecidos a partir de um conjunto de ações discursivas isoladas ou de grupos organizados que se inscrevem por meio de avatares – como expressão condensada de identidades coletivas –, capazes de agregar sujeitos pela vinculação mais permanente a um universo de valores comum ou por interesses temporários de uma mesma ordem. Recorta, assim, as interações mútuas³ (PRIMO: 2007) que fundam laços

² Vinculado ao Departamento de Comunicação da UFES, certificado pelo CNPq.

³ As interações mútuas conforme o autor citado se caracterizam pela participação ativa dos usuários, num sistema aberto de reciprocidade.

virtuais de proximidade que determinam as condições de pertencimento, próprias das relações intersubjetivas.

As experiências de regulação e de sanção em evidência no Twitter reiteram a autonomia e a quebra de hierarquias que fazem das novas tecnologias que possibilitam a comunicação mediada por computador um símbolo da liberdade discursiva. Revelam novas formas de opinião pública características do ciberespaço, por encorajar a liberdade de expressão dos usuários, determinando uma redefinição do próprio conceito de espaço público Levy (1999) ⁴. O autor reafirma assim a condição da *Web* como lugar da comunicação livre e horizontal e que tem na formação autônoma das redes uma característica fundamental.

É por essa perspectiva, como “um campo de prática mais aberto e mais participativo”, (Ibid, p. 129) que o ciberespaço se instaura na sociedade contemporânea, na concepção de Martins (2004 – *online*), como um “mercado de livre acesso” que revela, entre suas virtudes, “o pleno poder para fazer”, destacando como questão central das redes “a valorização dos elos informais e das relações, em detrimento das estruturas hierárquicas”, como complementa Cardoso (2008, p. 6).

Os movimentos sociais no Twitter se caracterizam por “relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada do relacionamento, afetando-se mutuamente” (PRIMO, 2007, p. 57). É exatamente o “sentimento de pertencimento” (RECUERO, 2005), próprio dos laços de identidade ou de identificação, que modula o ponto de convergência entre sujeitos que se unem virtualmente em torno de uma causa ou de objetivos comuns.

Uma nova configuração comunicativa

A cibercultura, que se manifesta pela troca permanente de experiências e do conhecimento no ciberespaço, dá lugar ao que Levy (1999) chama de “inteligência coletiva”. Na mesma linha de raciocínio, Jenkins (2008, p.55) afirma que:

⁴ O autor citado (Id, p. 129) questiona: “Não seria permitido, então, entrever hoje uma nova metamorfose, uma nova complicação da própria noção de “público”, já que as comunidades virtuais do ciberespaço oferecem, para debate coletivo, um campo de prática mais aberto, mais participativo, mais distribuído que aquele das mídias clássicas?”

a nova cultura do conhecimento surge ao mesmo tempo em que nossos vínculos com antigas formas de comunidade social estão se rompendo, nosso arraigamento à geografia está diminuindo, nossos laços com a família estendida, ou mesmo com a família nuclear, estão se desintegrando (...). Entretanto, novas formas de comunidade estão surgindo: essas novas comunidades são definidas por afiliações voluntárias, temporárias e táticas, e reafirmadas através de investimentos emocionais e empreendimentos intelectuais comuns

A emergência da *Web 2.0*⁵ e a efetiva convergência tecnológica a partir de dispositivos móveis possibilitaram tais processos colaborativos em redes sociais, potencializando o trabalho coletivo de “nômades globais na savana digital” (MEYROVITZ, 2004, apud LEMOS, 2005). Pellanda (2005, p.5) acrescenta que “trata-se, efetivamente, de uma fusão, do surgimento de práticas híbridas entre o espaço físico e o espaço eletrônico”.

Mas ao contrário dos nômades pré-históricos, na modernidade líquida o nomadismo é caracterizado por processos de des-re-desterritorialização, alterando de modo significativo a forma como esses usuários, em permanente movimento, se relacionam, se organizam e se comunicam. Recorrendo a Deleuze e Guattari (1980), Lemos (2007) afirma que o ciberespaço é desterritorializante porque permite a quebra de barreiras físicas impostas pela comunicação humana, ou seja, para que a troca simbólica entre os sujeitos ocorra, não é necessário que compartilhem o mesmo contexto físico e/ou temporal. Nesse sentido, favorece tanto os intercâmbios culturais, mas também políticos, econômicos, subjetivos e da circulação da informação. Resalva, porém, que o ciberespaço permite também a territorialização, através dos ciberativismos, blogs, ou mesmo no compartilhamento da informação fora do ambiente virtual.

⁵ Por Web 2.0 entende-se um conjunto de novas práticas e possibilidades no ciberespaço, como troca de arquivos e comunidades virtuais, onde seus membros interagem, compartilham informações e efetivamente participam na construção de conhecimento na rede, como os processos de escrita online (caso do Wikipedia – www.wikipedia.com)

As relações entre indivíduos no ciberespaço, inclusive as estabelecidas a partir de conexões à internet via dispositivos móveis, são de fundamental importância para a compreensão das novas práticas sociais (RHEINGOLD, 2003), revelando um coletivo inteligente cujos membros cooperam entre si, “ao mesmo tempo em que deslizam pelas cidades em espaços de hipermobilidade”⁶ (SANTAELLA: 2007 p. 187).

Ainda que outras redes sociais permaneçam fundamentalmente ativas no processo de criação e difusão de variadas teias de comunicação e de informação, o Twitter tem em sua dinâmica interacional um diferencial fundamental. A praticidade de uso como um serviço global de mensagens rápidas e o ritmo de postagens e recebimentos de conteúdos, produz uma atividade discursiva tão intensa que faz do microblog o espaço interativo virtual de maior expressão hoje dentre as redes sociais de relacionamento na *web*, consolidando o que Castells (2003) entende por comunicação livre e horizontal e formação autônoma.

Predominantemente através de avatares de caráter coletivo, grupos de vigília social têm se formado para dar expressão à voz de uma parcela da sociedade que tem feito do Twitter um espaço permanente da produção de discursos contra-hegemônicos. Nos grupos, a prática é a de domínio coletivo entre membros do *login* e senha de acesso, traduzindo uma pluralidade discursiva moldada por laços comuns, dinamizada por múltiplos olhares assentados sob uma mesma identidade virtual. Nas atividades discursivas ditas de regulação e de sanção, constata-se a ascensão do Twitter como agora “virtual” de expressão do debate de questões transpostas do mundo “real”, entendendo-se esses como dois sentidos de uma mesma totalidade, ou “níveis distintos e complementares da mesma realidade”, na acepção de Demo (2001, p. 81).

Um sucinto panorama dessa vigília social é apresentado no presente artigo, bem como exemplos de uso do Twitter como plataforma de expressão da comunicação política. O corpus se constitui de recortes que passam pela campanha de Barack Obama à

⁶Hipermobilidade, conforme a autora, porque à mobilidade física do cosmopolitismo crescente foi acrescida a mobilidade virtual das redes.

presidência dos estados Unidos, em 2008; pelo movimento “Fora Sarney”, em junho deste ano (2009); e pelo enfrentamento virtual que vem sendo travado entre o prefeito do município de Vila Velha, Neucimar Fraga e o movimento social representado no Twitter com o perfil “Choravilavelha”.

Fórum da promoção e da desqualificação

Criado em 2006 por Jack Dorsey, o Twitter é um serviço que permite ao usuário cadastrado realizar pequenas inserções textuais de no máximo 140 caracteres, com o propósito de compartilhar informações e opinar sobre os mais variados assuntos. O ritmo é o diferencial marcante, responsável por sua força tanto como um espaço informativo e gerador de notícias para os meios tradicionais de comunicação, quanto lugar virtual para a expressão de cidadãos comuns, celebridades, e atores do mundo da política. As atualizações (chamadas de *tweets*) são exibidas em tempo real na página do perfil do usuário e enviadas automaticamente a todos os que o seguem (*followers*). Os dispositivos de interação incluem a resposta (*reply*) ou a republicação (*retweet*) da mensagem original. Através dessa rede social, onde a difusão de informação se encontra na gênese de sua formação, os usuários se relacionam e compartilham interesses, mesmo não tendo, necessariamente, nenhum contato real. Essa, aliás, é uma das características particulares do serviço: as relações que se estabelecem entre os indivíduos são formadas majoritariamente a partir do interesse nas informações difundidas pelos usuários, mesmo que não tenham nenhum tipo de laço fora do ambiente virtual.

O Twitter é também o site de relacionamento que mais expressa uma relação de convergência entre o a telefonia móvel e a Internet, embasada em uma garantia de fidelidade e de expansão contínua, pois se há 1,57 bilhão de pessoas que usam a Internet, são 3,3 bilhões as usuárias da telefonia celular⁷. Os aparatos móveis de comunicação respondem em grande parte pela condição de hiperconectividade e de hipermobilidade no microblog. Ao permitir a atualização com número reduzido de caracteres, o serviço se assemelha às mensagens de texto SMS⁸ que são trocadas

⁷ Dados de março de 2009, divulgados pelo grupo editorial Thomas Nelson Brasil, in: <http://www.thomason.com.br/>

⁸ SMS, ou *Short Messaging Service*, é um serviço de envio e recebimento de mensagens curtas de texto, geralmente de 140 caracteres, em dispositivos móveis como telefones celulares.

diariamente através de telefones celulares, com a diferença de que essas são disparadas simultaneamente para todos os seguidores do usuário, o que é próprio de uma comunicação dinâmica e interativa, distanciada do modelo mecanicista até então conhecido. Aliás, este é um dos seus diferenciais, pois ao permitir a atualização a partir de aparatos móveis, transforma os usuários detentores dessas tecnologias em indivíduos com poder de mídia.

Criado em 2006, o Twitter começou a se destacar em 2008 e seu crescimento explosivo se deu em um ano, em que passou de 600 mil para seis milhões de usuários no mundo. Em agosto deste ano a Folha Online noticiava que o serviço ultrapassara o Orkut em número de usuários. De acordo com dados divulgados no início de junho pela empresa de estatísticas “comScore”, a rede de microblog possuía já 44,5 milhões de usuários cadastrados, de modo que seu crescimento chegou a 1460% em um ano. No Brasil, o Twitter também vem registrando uma ascensão fulminante. No início de novembro deste ano, o Instituto “QualiBest” divulgou os resultados de sua pesquisa nacional sobre o Twitter, realizada durante o mês de agosto com uma amostra de 1.731 pessoas das cinco regiões do país, concluindo que 91% dos internautas brasileiros conheciam o serviço e 34% já tinham perfil cadastrado⁹.

O sucesso do serviço junto ao público, o imediatismo que rege a dinâmica da produção, da veiculação e do consumo de mensagens e o processo intenso de replicação dos conteúdos postados, aliado à facilidade de conexão por dispositivos móveis, apresentam-se como fatores de atração à classe política, determinando a cada dia novas adesões. Foi ainda em 2008, que a rede revelou sua capacidade de aglutinação no campo da política, tendo como exemplo marcante a campanha do atual presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, na época com mais de quatrocentos mil seguidores. Foi o exemplo de maior expressão mundial da inserção da internet nos esquemas político-eleitorais, gastando quase 50 milhões de dólares em sua campanha virtual. Já na Casa Branca, o democrata continua utilizando o microblog para comunicar-se com a população norte-americana.

⁹ O detalhamento da pesquisa está disponível in: <http://promoview.com.br/canais/mercado/91-dos-internautas-brasileiros-conhecem-o-twitter/>

A iniciativa, apropriada por políticos de várias partes do mundo, alcançou rapidamente a classe política brasileira e já se constata uma intensa movimentação de característica preferencialmente eleitoral. A adesão de políticos ao microblog tem sido permanente. A título de exemplo, constata-se que 42% dos senadores brasileiros criaram perfis no microblog em 2009¹⁰. A maioria dos senadores, entretanto, segue poucos perfis e não explora a reciprocidade que o serviço permite, com poucas exceções, mantendo uma relação praticamente unilateral, utilizando o Twitter mais como uma tribuna promocional, para divulgação de ações parlamentares, reuniões e viagens, quase como um diário pessoal. A mesma postura reducionista de uso do microblog é observada em outras instâncias de representação política, como se pôde observar em mensagens de políticos capixabas, postadas no dia 24/11/2009.

“Estou indo à reunião da bancada capixaba na Câmara. Queremos assegurar royalties para os estados produtores de petróleo na camada pré-sal.” Senador Renato Casagrande (PSB)

“Prestigiei o tucano Beto Richa, eleito melhor prefeito do Brasil pelo Datafolha, em palestra no 5º Gestão das Cidades. Uma senhora aula”. Deputado estadual César Colnago (PSDB)

“Pela manhã participei da abertura do 5º Gestão das Cidades, que traz como tema: GOVERNABILIDADE MUNICIPAL.” Hélder Salomão (PT), prefeito de Cariacica, ES
“Outro bom resultado: os investimentos feitos por nosso Governo também geraram 17 mil empregos diretos em todo o Espírito Santo”. Ricardo Ferraço (PMDB), vice-governador do ES, candidato ao governo em 2010.

“Dia 23, 19h, Assembléia, Sessão Especial p/ Debates de Políticas Públicas de Proteção e Defesa dos Animais no ES. P/ mim os animais importam” Deputado Estadual Hércules da Silveira (PMDB).

A previsão de uso do serviço de forma ainda mais intensa nos períodos eleitorais no Brasil se confirma até mesmo pela mudança na legislação eleitoral. Sancionada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva no dia 29 de setembro de 2009, a nova versão

¹⁰ Dados complementares disponíveis in: <http://webinsider.uol.com.br/index.php/2009/10/21/nossos-senadores-no-twitter-procurando-o-tom/>

libera o uso de redes sociais como o Orkut e o Twitter nas campanhas eleitorais, além de permitir o uso de *blogs*. Além disso, os candidatos poderão usar “outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica” – o SMS se encaixa nesta categoria – e será permitida a doação eleitoral por meio da internet, como nos EUA. Essas regras já passam a valer para o pleito de 2010. A candidata do PT, Dilma Roussef, não perdeu tempo e incorporou não só o modelo de Barack Obama, mas a receita completa, com um de seus ingredientes principais: Scott Goodstein, um dos principais responsáveis pela campanha presidencial via internet e celular do presidente norte-americano, fechou contrato, no final de outubro com a Pepper Comunicação, que cuidará da estratégia *online* da campanha da petista à presidência.

Como a prática político-eleitoral se regula primordialmente pela antecipação do movimento – pressuposto – dos adversários, o embate discursivo acionado via Twitter exige o monitoramento constante de discursos favoráveis e divergentes. O processo de interdiscursividade intenso é revelador de direções estratégicas que antecipam, no espaço virtual, os confrontos de natureza eleitoral, como também já se observa em relação à disputa entre Dilma Roussef (PT) e José Serra (PSDB), sendo possível afirmar que o clima da disputa presidencial já se encontra instalado no microblog. Aqui, recorreremos a poucos recortes de mensagens postadas em 24/11/2009, nos quais se evidencia a ênfase da candidatura petista na desqualificação de seu principal adversário e aliados políticos, sempre com extensões (*links*) das denúncias para o blog¹¹ da candidata, ou para sites diferentes, enquanto o tucano ocupa o serviço principalmente para falar de sua própria agenda, indicar filmes e livros a amigos, contar sua trajetória aos internautas que com ele se comunicam no microblog:

Dilma Roussef (amigosdadilma) com 833 seguidores:

“Marconi Perillo (PSDB) candidato ao governo de Goiás é denunciado por improbidade: O Ministério Público Estadual. <http://bit.ly/8gMCLO>”

“José Serra faz festa ao lançar obra em metrô mesmo antes de concluir licitação: Candidato à Presidência”.

“Isso é Kassab: Firma da merenda usa 'fantasma': Uma rede de empresas fantasmas, laranjas e notas fiscais frias”.

¹¹ <http://osamigosdapresidentedilma.blogspot.com/2009/>

“Lula pode transferir mais de 50% de votos para Dilma: Pesquisa CNT/Sensus divulgada nesta segunda-feira”

José Serra (joseserra_) com 143.281 seguidores:

“Fui ver hoje as obras da Linha 2-Verde do Metrô. Fizemos a 1ª viagem-teste entre as estações Alto do Ipiranga e Sacomã”.

“Ótima viagem a Curitiba. Fiz convênio c/ a Prefeitura em habitação, visitei o gov Requião e revi amigos, como @alvarodias e Afonso Camargo.”

“Fui para o Chile porque não queria sair da América do Sul, @dekinho. E havia brasileiros lá que me ajudariam a recomeçar vida”.

Mas o candidato tucano tem outros três perfis no Twitter (joseserra_2010; joseserra e _joseserra). Os dois últimos não registram movimentação e o joseserra_2010, o *fake* mais antigo, com 2.406 *followers*. expressa o enfrentamento entre as duas principais forças políticas oposicionistas no processo sucessório presidencial. Vejamos três mensagens postadas recentemente:

“Como é que eu vou continuar batendo no blecaute da Dilma, depois de um acidente como esse no Rodoanel?”

“RT @silviolach Hoje é aniversário do Lula. 64 aninhos, mas com caninha de 51”.

“O problema no Brazil não é educação, não faltarão escolas no governo Marxista do PT. O problema é o #apagao da inteligência do brasileiro”.

Para o eleitor imerso nessa nova realidade tecnológica, a campanha eleitoral pela internet tem seu lado positivo, pois lhe permite, diante de uma mesma tela, buscar o máximo de informações sobre os candidatos. Agora, com mais facilidade, pela criação de outro serviço, o Politweets¹², que relaciona os políticos que já vêm fazendo uso de ferramentas como o Twitter. Ao clicar no perfil de um determinado político, o usuário tem acesso a um *mash-up* de seu ativismo digital em ferramentas como o Flickr, o Youtube e o próprio Twitter. A interface é simples e a navegabilidade também, de modo que quem busca informações sobre políticos, encontra listas de perfis cadastrados, separadas por cargo. Trata-se de um espaço democrático, no qual os políticos

¹² Criação da Eztiva, empresa focada em tecnologia e inovação, que teve participação no case Gabeira 2008. O PoliTweets brasileiro foi inspirado em um site homônimo dos Estados Unidos e no <http://www.tweetcongress.org/>

interessados em divulgar suas ações na *web* precisam apenas preencher um campo informando seu perfil no Twitter. O Politweets se instaura como um portal para consolidar a *web* como meio de viabilização de uma política efetivamente participativa: estimular o político a integrar-se à *web* e o cidadão a dela fazer uso para cobrar e fiscalizar suas ações. Surge, então, mais um canal de visibilidade do chamado “mundo da política” no ciberespaço, como acredita Romanini (2004, p. 8): “candidatos e eleitores caminharão juntos, não no sentido de um ao lado do outro, mas virtualmente falando, o candidato será monitorado passo-a-passo pelo eleitor na Internet. A troca de idéias será permanente, bem como a cobrança”,

Até o fim de novembro último, o Politweets registrava o cadastro de 184 deputados federais, 30 deputados estaduais, 32 senadores, 65 vereadores, 10 prefeitos, três governadores. Um novo serviço lançado pelo site é a página twitteleição, na qual o usuário do Twitter pode votar nos atuais candidatos declarados à presidência da República no Brasil, digitando o número do candidato numa urna virtual, bastando usar o “sign in with twitter”. Uma experiência similar ao “Election 2008”, lançado pelo Twitter na eleição presidencial norte-americana, concentrando todas as postagens com referências aos candidatos à presidência, tornando possível aos usuários filtrá-los por nome (Barack Obama, John McCain, Joe Biden e Sarah Palin). A página oferecia aos eleitores a possibilidade de emitir e compartilhar sua opinião, a partir da questão guia: “What do you think?” (O que você pensa?).

Ativismo social e mídias livres

A internet e suportes móveis de telefonia evidenciaram ao mundo a capacidade de instalarem-se cooperativamente no campo político como dispositivos inseparáveis do debate democrático, criando um fórum de comunicação efetiva, no processo eleitoral do Irã. A eleição presidencial, no último mês de junho, foi marcada por intenso ativismo. Na fase de campanha, milhares de usuários de celulares foram bombardeados com mensagens do tipo: “Se você pretende não votar, pense no dia 13 de junho, quando ouvir que Ahmadinejad foi reeleito”. Tinha início um movimento contra a reeleição do então presidente, considerado linha-dura.

E-mails e *blogs* também desempenharam papel importante na campanha, fato inédito em um país em que os cidadãos estavam acostumados a ter acesso a mensagens

políticas somente por alto-falantes, outdoors e comícios. A estratégia teve origem com um movimento de apoio à campanha do principal opositor de Mahmoud Ahmadinejad, Mir Houssein Mousavi, com o objetivo de angariar apoiadores e informar as propostas do reformista ao eleitorado. O processo eleitoral conturbado e violento fez com que milhares de iranianos utilizassem a rede para comentar os acontecimentos políticos no país, relatando o que viam nas ruas de Teerã, por meio de fotos e mensagens de texto.

O Twitter foi a principal ferramenta dos iranianos na organização de protestos contra a eleição de Ahmadinejad, que os opositores alegavam ter sido possível só através de fraude. Simpatizantes de Mousavi postavam comentários diretamente das manifestações, via celular. No site de fotos Flickr, eram mostradas imagens de pessoas protestando contra a suposta fraude na votação iraniana. No site de relacionamentos Facebook a comunidade dedicada ao candidato reformista teve a adesão de mais de 48 mil simpatizantes, que abasteciam a página com fotos e comentários – a maioria em *farsi*, língua falada no Irã. Já a comunidade do presidente Ahmadinejad, com mais de dois mil usuários, não era atualizada desde dezembro de 2008.

O Uso de mídias livres foi facilitado primordialmente pela convergência entre telefonia celular e a internet. Além de noticiar os protestos através de celulares, *podcasts*, portais e do “Youtube”, os ativistas postavam imagens e vídeos, organizando diferentes manifestações. A principal tag da cobertura, *#iranelection*, foi monitorada pelas forças do governo. Segundo o canal de notícia Al-Jazeera, o acesso ao Facebook e ao Twitter chegou a ser bloqueado a partir do dia seguinte às eleições, 13 de junho, junto a ações para que repórteres estrangeiros não conseguissem cobrir as manifestações para veículos internacionais. O bloqueio a redes de telefonia celular, que impediriam o envio de mensagens de SMS, foi denunciado no The New York Times.

Uma rede internacional se consolidou a partir dos *twetts* originários do Irã, pois para fugir ao cerco dos censores, os iranianos solicitaram aos 'twitteiros' ao redor do mundo que mudassem sua nacionalidade e fuso horário para Teerã, +3:30 GMT - e foram atendidos, criando dificuldades na localização dos ativistas locais pelas forças repressoras do governo. O site *boing boing* chegou a publicar um guia sobre como, efetivamente, usuários da internet, situados em outros países, poderiam ajudar aos manifestantes do Irã.

No Brasil, também em junho deste ano, o presidente do Senado, Senador José Sarney (PMDB-AP), enfrentou no Twitter, um protesto virtual que logo se tornou um dos assuntos mais comentados no serviço, em consequência do escândalo político originado por uma série de denúncias de atos ilícitos no Congresso Nacional, divulgados pela imprensa brasileira. Através da *hashtag*¹³ #forasarney inserida ao final das mensagens postadas por diferentes usuários em suas páginas pessoais, a tag #fora sarney conseguiu se, r por algumas horas, uma das mais populares no mundo, passando a morte do rei do pop Michael Jackson, ocorrida na mesma época. A campanha¹⁴ teve a adição de um site próprio, com a mesma identificação e ganhou notoriedade ao entrar em segundo lugar na lista dos assuntos mais discutidos do serviço de microblog, os *trending topics*, o que chamou a atenção da imprensa nacional e internacional. Iniciada por meio do contato através da rede, os usuários articularam manifestações em várias cidades do país, reunindo em sua maioria jovens usuários do Twitter em locais¹⁵ públicos para pressionar pelo afastamento de Sarney da presidência do Senado brasileiro, evidenciando o tanto que a internet consegue se fortalecer como mídia e como espaço difusor de idéias.

No Espírito Santo, no último mês de outubro, uma intensa polêmica foi travada no Twitter, tendo como protagonistas iniciais o prefeito de Vila Velha, Neucimar Fraga, e o jornalista Leonel Ximenes, editor do Jornal A Gazeta, por ocasião das fortes chuvas que assolaram o município, momento em que o dirigente encontrava-se em viagem à China. Um verdadeiro bate-boca se instalou no microblog a partir do seguinte *twitt* do prefeito: “Estou acompanhando pela internet os estragos causados pela chuva, em todo ES, isso mostra a necessidade que temos de investir em drenagem”. A mensagem foi replicada em rede, pelo mecanismo de *retweets* usado pelo jornalista, em tom irônico: “RT @neucimarfraga: Estou acompanhando pela internet os estragos causados pela chuva, em todo ES. Pela internet, viu? glub, glub, glub...”. Em resposta, o prefeito postou nova

¹³ No Twitter, as *hashtags* servem como um rastreador dos assuntos que estão sendo comentados no momento, visando agregar o maior número de conteúdos a uma palavra. É necessário inserir o símbolo “#” antes de uma palavra-chave sobre o tema. Um grande volume de atualizações com a mesma *hashtag* faz com que o assunto entre para a “*trending topics*”, ou a lista dos temas mais discutidos em determinado momento. É interessante observar também a tentativa por parte dos usuários de chamar a atenção para determinado tópico, ao inserir em *tweets* que não possuam ligação direta com a *hashtag*.

¹⁴ Criada por internautas e blogueiros, posteriormente foi apropriada pelo movimento Piratas do Twitter - TW Piratas - formado pelos atores Bruno Gagliasso e Pedro Nescheling; os músico Júnior Lima e Tico Santa Cruz; os humoristas Rodrigo Scarpa (Pânico na TV) e Marco Luque (CQC); o VJ da MTV Felipe Solari e o apresentador da TV Globo Luciano Huck.

¹⁵ Principalmente em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte,

mensagem: “O próprio jornal divulgou varias vezes os objetivos da missão a China. o que vc já fez por VV?”. Entretanto, provavelmente equivocando-se pelo uso inadequado do mecanismo de *Direct Messenger*, o prefeito tornou pública a ameaça de processo ao jornalista, o que gerou manifestações diferenciadas: “d-ximenes65- se insistir no tratamento pessoal, poderemos conversar no tribunal”.

O episódio alcançou proporções maiores com a adesão no Twitter, com perfil homônimo, do blog de um movimento virtual denominado “@choravilavelha”, vinculado à rede social “Respeite-me”¹⁶, serviço que se dispõe a promover o interesse da população pela participação política e a constituir-se como canal de comunicação para estabelecer diálogo com os representantes eleitos. Ainda hoje, este é principal movimento virtual de enfrentamento ao poder municipal¹⁷. Como ressaltam em *post* no blog, apesar de ser administrado por apenas cinco pessoas, o perfil busca ser uma mídia de multidão, que expressa muitas vozes, sem edição e mediação, e de forma descentralizada. A ação virtual desencadeada para chamar a atenção para as conseqüências das chuvas e apoio a Ximenes ganhou o espaço da cidade, com uma *flash mob*¹⁸ poucos dias depois, com uma pequena concentração em frente à Prefeitura do Município. O perfil choravilavelha permanece ativo e se dedica, especialmente, ao debate de questões de interesse dos moradores da cidade, incluindo a retuitagem de comentários de outros usuários e a críticas explícitas às ações da administração local, como exemplificado abaixo:

“As orlas das praias de Vila Velha estão precisando é de Postos 9, não de câmeras de segurança.”

“RT @JORGELOY V. Velha Buracos,iluminação,segurança precisam de atenção com urgência.Fiscalização de obras privadas, suspensão do caos”

“RT @Twiticos Neucimar sei que está usando o twitter via fone, mas isto ã impede de interagir com o povo e qdo estiver na web, ajuste o perfil”

¹⁶ O “Respeite.me” usa a metáfora da colméia como exemplo de organização social, onde cada indivíduo tem uma atribuição específica mas, igualmente, se vale da cooperação e dinamismo de todos.

¹⁷ O @choravilavelha já existia antes das chuvas e vinha sendo usado como um canal de reclamações e denúncias de vários tipos., sob o argumento de seus integrantes de que as reclamações postadas pelos cidadãos nos perfis do Twitter @vilavelhaes e @neucimarfraga não respondiam às angústias dos moradores.

¹⁸ Aglomerações instantâneas de pessoas em um local público para realizar determinada ação inusitada previamente combinada, estas se dispersando tão rapidamente quanto se reuniram. A expressão geralmente se aplica a reuniões organizadas através de e-mails ou meios de comunicação social

“RT @alexfaustini: No auge da consciência ambiental o @neucimarfraga retira todas as arvores da champagnat”

Considerações finais

A reinvenção permanente de espaços virtuais de interação na *web* a confirma como suporte de convergências tecnológicas, o que não só reitera seu estatuto de mídia, como confirma a ágora contemporânea como espaço virtual de mobilização política e social. Com o uso crescente das redes sociais na internet confirma-se o deslocamento de uma esfera pública midiática vertical para uma esfera horizontalizada, revelando novas formas de sociabilidade fundadas em espaços de trocas e cooperação na *Web*.

As associações cooperativas entre usuários no Twitter aparecem tanto pelo estabelecimento de laços mais permanentes, fundados na identidade – como regime de interação próprio do sentimento de pertencimento –, quanto temporários, marcados pelo regime de identificação como partilha de objetivos ou interesses provisórios comuns. No campo da política propriamente, o Twitter aparece como espaço virtual que potencializa tanto a formação de redes de eleitores e aliados, dedicados aos esquemas político-promocionais, quanto intrigas políticas resultantes de seus entrecruzamentos ideológicos e partidários. Já nos exemplos de ciberativismo identifica-se além da inexistência de fronteiras entre um mundo virtual e um mundo real, que os processos de desterritorialização e territorialização são passíveis de se fundirem a partir de ações desses grupos, quando as mesmas transpõem o ambiente virtual. No exemplo do choravilavelha tem-se uma atividade de ciberativismo clara, em um processo des-re-territorialização, pois embora o movimento tenha tido início no ciberespaço, se estendeu para o espaço da cidade, reunindo fisicamente integrantes do movimento e seguidores.

REFERÊNCIAS:

CARDOZO, Missila L. **Propaganda Pessoal: Redes Sociais na Internet**. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Intercom, 2008, Natal/RN.

CASTELLS, Manoel. A cultura da virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas. In: **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999, p 352 - 401.

_____ A cultura da Internet. In: **A galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003. p. 34-55.

DEMO, P. **Conhecimento e Aprendizagem na Nova Mídia**. Brasília: Plano, 2001.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LÉVY, Pierre. **O movimento social da cibercultura**. In: Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

LEMOS, André. **Cibercultura e mobilidade: a era da conexão**. In: Intercom 2005 – XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf>> Acesso em 20 set. 2009.

LEMOS, André. Ciberespaço e Tecnologias Móveis. Processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura. In: **Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática**. Livro da XV Compós. Orgs. MÉDOLA, Ana Sílvia Davi; ARAÚJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PELLANDA, Eduardo Campos. Mobilidade e personalização como agentes centrais no acesso individual das mídias digitais. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Porto Alegre. 9ª ed. Ago. 2007. Disponível em <www.compos.org.br>. Acessado em 15 nov. 2007.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador: Comunicação, Cibercultura, Cognição**. Porto Alegre, Sulinas: 2007.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Dinâmicas das Redes Sociais no Orkut e Capital Social**. Trabalho apresentado no GT de Internet Comunicación e Sociabilidad do ALAIC, em julho de 2006, São Leopoldo/RS. Disponível em <<http://pontomidia.com.br/raquel/artigos>>. Acesso em 01 de set. 2009.

RHEINGOLD, Howard. **Smart Mobs: The Next Social Revolution**. New York: Basic Books, 2003.

ROMANINI, Mauricio. G. **Marketing político: a contra-hegemonia pela internet**. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Porto Alegre/RS, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.