



## **A CIBERPOLÍTICA NO CAMINHO DA REDE: O *BLOG* COMO ESPAÇO SEMIOSFÉRICO <sup>1</sup>**

**Denize Piccolotto Carvalho Levy<sup>2</sup>**  
**Jonária França da Silva<sup>3</sup>**

---

**Resumo:** *A utilização de blogs por políticos é recente e está no campo emergencial. Motivados pelos benefícios que esse sistema de comunicação possibilita entre os quais, a visibilidade das atuações, os políticos passaram a ingressar na rede mundial de computadores por meio desta ferramenta. O trabalho faz um estudo sobre a cultura da utilização de blog como mecanismo de divulgação de quatro políticos do Amazonas a partir de uma visão sistêmica comunicacional, que tem como base os espaços semiosféricos provocados pelas ações dentro dos blogs pesquisados. Os novos sistemas ou ferramentas comunicacionais disponíveis na rede mundial de computadores, principalmente com o uso das redes sociais, apresentam características complexas, já que tudo ainda é considerado novidade na internet. No meio político, onde o público passou a ingressar na rede das redes recentemente, essa complexidade influencia na formação de uma nova cultura dentro desses espaços disponíveis, a cultura da utilização dos blogs como ferramenta de divulgação de candidatos ou detentores de cargo eletivo. Dentro dessa cultura, a semiose acontece com o uso de recursos aplicados pela publicidade. Acostumados com as ferramentas de divulgação das chamadas peças publicitárias, os políticos aplicam os mesmos formatos em seus blogs. A característica das ferramentas da publicidade, como os outdoors é, portanto, preservada nos blogs, isso implica dizer que o diário pessoal serve de espaço semiosférico, pois apresenta um novo contexto para a propaganda eleitoral.*

**Palavras-Chave:** Palavra-chave 1. Políticos; 2. Publicidade e 3. Cultura.

---

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho 4: Internet e política (Eixo: d) experiências de utilização da internet como espaço de participação e reivindicação política de grupos sociais ou cidadãos) do IV Encontro da Compolítica, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011.

<sup>2</sup> Denize Piccolotto Carvalho Levy é doutora em Educação pela *Universitat de les Illes Balears* (2003) e Pós-doutora em Tecnologia Educacional pela *Universitat de les Illes Balears* (2007). Atualmente é professora Adjunto, Ms-C Nível III da Universidade Federal do Amazonas, ligada ao Departamento de Artes e ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM). Também é líder do Grupo de pesquisa: Estudo e pesquisa em artes e tecnologia interativa e integrante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Ciências da Comunicação, Informação, Design e Artes (INTERFACES), e-mail: [piccolotto.levy@gmail.com](mailto:piccolotto.levy@gmail.com).

<sup>3</sup> Jonária França é mestranda em Ciências da Comunicação do PPGCCOM, pela Universidade Federal do Amazonas-Bolsista FAPEAM – e-mail: [jonariafranca@gmail.com](mailto:jonariafranca@gmail.com).

## 1. Introdução

O ciberespaço definido por Lemos (2008) é entendido sob duas perspectivas. A primeira é a do ambiente simulado, ou seja, a realidade virtual, enquanto a segunda é definida como o conjunto de redes de computadores. É nesse contexto último que se inserem a participação de políticos e cidadãos.

Ao ingressarem nas mais variadas mídias sociais disponíveis na rede mundial de computadores, formam uma sociedade em rede com o compartilhamento de experiências, interagindo entre si por meio das ferramentas da internet.

O ciberespaço é um ambiente de circulação de discussões pluralistas, reforçando competências diferenciadas e aproveitando o caldo de conhecimento que é gerado dos laços comunitários, podendo potencializar a troca de competências, gerando a coletivização dos saberes. (LEMOS, 2008, p.135).

Esse ambiente permite a circulação das informações disseminadas a partir dos computadores interligados via web com tamanha agilidade que, hoje, dificilmente, mesmo sem acesso à internet, é possível ficar desinformado sobre assuntos discutidos na rede.

Tal interesse pelo alcance desta circulação vem promovendo outra reformulação na maneira da utilização dos recursos comunicacionais existentes na rede das redes, seja no mundo corporativo, educacional ou de outras esferas sociais. Essa mudança acarreta uma transformação social, transpondo assim, para um contexto cultural adotado a partir do uso de redes sociais como os *blogs*.

O meio político aproximou-se dessa tendência mundial e adentrou na internet com intuito de obter ferramentas diferenciadas para divulgação das ações dos políticos com interesses bem definidos voltados para o voto do cidadão.

Os primeiros relatos do uso da internet com fins políticos - aqui chamados de ciberpolítica - são dos Estados Unidos da América. (GRAEFF, 2009). No ano 2000 o então candidato à presidência John McCain veiculou *banners* em *sites* pedindo voto.

As páginas *on-line* dos políticos se tornam um novo espaço para divulgação, formando assim, uma nova cultura do ponto de vista da comunicação, onde os formatos utilizados estão

na fase das adequações e adaptações, uma vez que a internet, como todo processo complexo citado por Morin (2002), dentro do pensamento das eco-organizações, passa por um momento de organização.

Percebemos que a capacidade complexa das eco-organizações não é somente de favorecer a existência e o desenvolvimento das espécies mais evoluídas, mas fazer desabrochar a diversidade em suas interações organizacionais. (MORIN, 2002, p. 60).

Tais interações organizacionais podem ser observadas no decorrer dos anos com a familiarização do uso das novas ferramentas disponíveis na rede das redes. Após as primeiras experiências de John McCain em 2006, nos anos seguintes a internet passou a ser alvo de candidatos a cargos eletivos, ficando mais evidente nas eleições de 2008, com a utilização em massa das mídias sociais, que ajudaram a eleger Barack Obama presidente do país norte-americano.

No Brasil, a ciberpolítica está tomando diferentes dimensões. Políticos mais ambientalizados com as ferramentas passaram a fazer parte da rede, seja através de *websites*, *blogs* ou *microblogs*, as ferramentas comunicacionais disponíveis na rede mundial de computadores estão, aos poucos, se disseminando.

A internet começa a ganhar força quando o assunto é política, especificamente, na época pré-eleitoral. A sociedade civil participa, discute e influencia – a classe mais intelectualizada ou a chamada A/B, com troca de *e-mail*, *chat* e vídeos. (QUEIROZ, MANHANELLI e BAREL, 2007, p.156)

A ferramenta *blog*, versão *on-line* dos antigos diários pessoais, que segundo Hewit (2007) vai revolucionar o mundo digital, por vários fatores, entre os quais, a possibilidade de se criar páginas gratuitamente, ampliou os interesses pelo compartilhamento de conteúdos, ideias e ações, chegando à classe política como mecanismo de divulgação.

Caracterizados como uma forma diferenciada de comunicação, os *blogs* permitem a exposição de posicionamento e pensamentos a ser compartilhado com a sociedade em rede, o

que fez desta ferramenta, novo espaço para a divulgação ou autopromoção dos políticos, criando-se com isso, uma nova cultura entre a classe política.

Se antes, além da propaganda no rádio, jornal, revista e televisão, os espaços destinados para a campanha eleitoral eram as ruas, com os cabos eleitorais distribuindo santinhos, balançando as bandeirolas, colando cartazes nas paredes das residências ou ainda, os postes, com cartazes e banners pendurados em pequenos pedaços de madeiras e cordões para segurar a foto do candidato, agora, com a convergência digital, novos espaços surgem influenciados pelo apelo ao uso da internet, logo, a divulgação passou a ocupar novos espaços, desta vez, virtuais.

Essa adaptação remete ao que Capra (2005) chama de “surgimento espontâneo de uma nova ordem”. Para o autor, o aparecimento de estruturas novas ocorre em momentos críticos que tenham sido provocados pela flutuação do ambiente.

O surgimento espontâneo resulta na criação de coisas novas que são, muitas vezes, qualitativamente diferentes dos fenômenos a partir dos quais surgem. A geração constante de novidades – o “avanço criativo da natureza”, nas palavras do filósofo Alfred North Whitehead – é uma propriedade fundamental de todos os sistemas vivos (CAPRA, 2005, p. 127)

Esse pensamento de Capra (2005) é voltado para as organizações, no entanto, pode ser aplicado à forma como a internet, em especial, os *blogs*, têm sido utilizados no meio político.

## **2. Evidências de antigos costumes**

Ao convergirem para a rede mundial de computadores, os detentores de cargos eletivos ou candidatos a uma das vagas no executivo ou legislativo levam consigo antigos costumes os quais, em período de campanha eleitoral, se tornam mais evidentes em suas páginas *on-line*.

Quando os políticos passam a adotar a ferramenta *blog* como mecanismo de divulgação, observa-se que os elementos da cultura do mundo real passam a fazer parte desse novo sistema, dando origem assim, a uma nova cultura sem perder seus antigos formatos. Com base nos conceitos de Lótmán (1996), tal acontecimento pode ser denominado de semiose uma vez que dentro desses *blogs* ocorre o que o autor denomina de “*frontera del espacio semiótico*”.

La frontera del espacio semiótico no es un concepto artificial, sino una importantísima posición funcional y estructural que determina la esencia del mecanismo semiótico de la misma. La frontera es un mecanismo bilíngüe que traduce los mensajes externos AL lenguaje interno de la semiosfera y la inversa. (LÓTMAN, 1996, p. 26).

Para entender essa questão de espaço abordada pelo autor, se faz necessário apontar o pensamento de Santos (2008) sobre um dos recursos utilizados pela publicidade que está presente nas páginas *on-line* dos políticos: os *outdoors*.

Na concepção da autora, essa estrutura adotada como espaço para divulgação publicitária é “um cruzamento de representações bidimensionais em espaço tridimensional, construído em um ambiente com características predispostas – com vegetação, a topografia e outras”. (SANTOS, 2008, p.4).

A autora ainda reforça que tais elementos podem ser mudados pelo homem, contudo, continuam a oferecer um contraponto à arquitetura, à urbanização e as comunicações visuais.

No entanto, nos espaços *on-line*, os *outdoors* ganharam novo formato nas páginas pessoais dos candidatos que aderiram à internet como mecanismo de comunicação com o público. Deslocaram-se das tradicionais esquinas das ruas, no geral, em locais de grande visibilidade, para lugares mais reservados e de tamanho reduzidos, no caso, as páginas dos *blogs* dos políticos.

É possível perceber que na ferramenta *blog*, entre os candidatos a cargo eletivos mais atentos às mudanças com a rede mundial de computadores, a publicidade segue o mesmo formato.

Portanto, os *outdoors* se mantêm na internet nos mesmos moldes dos habituais que se encontram nas principais vias das grandes cidades. A modificação se dá apenas no tamanho, isso para atender aos limites das páginas da internet, acarretando com isso, a interação com o espaço da mesma, conforme figuras dos *blogs* A, B, C e D.

Na figura A, referente à *Home Page* - e não a um *blog* especificamente - do deputado estadual do Amazonas pelo Partido da Mobilização Nacional (PMN), Josué Neto, além de *outdoor*, é adotado outras ferramentas, entre as quais, os *jingles*, peça publicitária utilizada no veículo rádio como forma de propagar o nome do candidato.



Figura A: Home Page  
Fonte: [www.josueneto.com.br](http://www.josueneto.com.br)

Outro *blog* que utiliza o mesmo princípio da publicidade é denominado Professor Maneca (figura B), o qual disputa uma vaga de deputado estadual nas eleições 2010. O espaço destinado à propaganda de seu nome segue as mesmas características empregadas nos *outdoors* tradicionais.

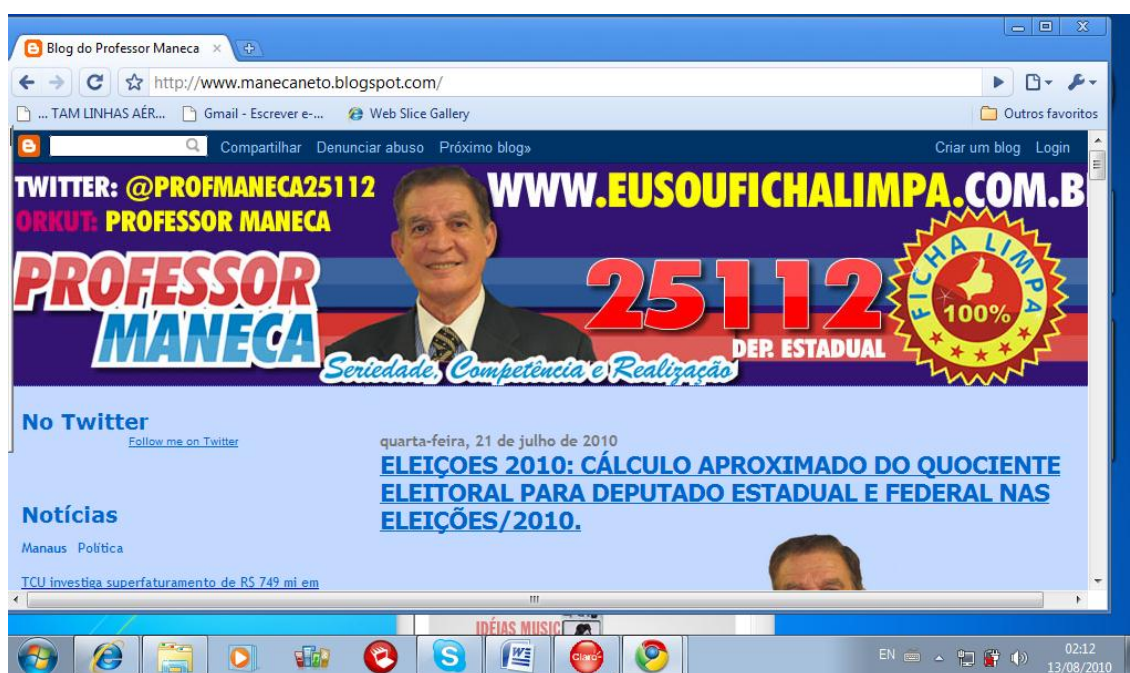


Figura B: Página do *Blog*  
Fonte: [www.manecaneto.blogspot.com](http://www.manecaneto.blogspot.com)

Nota-se ainda a presença da linguagem jornalística nas páginas dos *blogs* políticos, com informações sobre a atuação parlamentar. O que vai determinar os traços de um texto jornalístico são algumas regras aplicadas para facilitar a leitura diária dos jornais impresso, como as do chamado *lead*, cuja finalidade é trazer as informações mais importantes para o começo do texto jornalístico.

Apoderando-se de Lótman (1996), a semelhança estrutural do espaço forma reserva de processos dinâmicos, além de um mecanismo de produção da nova informação dentro da área. Esse processo é mais um indício de que o *blog*, dentro do que chamamos de ciberpolítica, é um espaço agregador de várias culturas da comunicação. Neles, além de os políticos aplicarem as técnicas da publicidade, ainda utilizam-se dos recursos do jornalismo como o texto e a fotografia para abastecer com informações o seu público.

Outro clássico das campanhas eleitorais, os santinhos, passaram a ter lugar cativo nos *blogs*. Enquanto Josué Neto disponibiliza para o santinho para que o internauta possa baixar e imprimir, caso considere importante, a deputada estadual do Amazonas pelo Partido Progressista (PP), Conceição Sampaio traz essa tradicional ferramenta de divulgação dos

candidatos, em período de eleição, em destaque no lado direito da página do *blog*, além dele, em seu *blog* (figura C), o *outdoor* se faz presente.

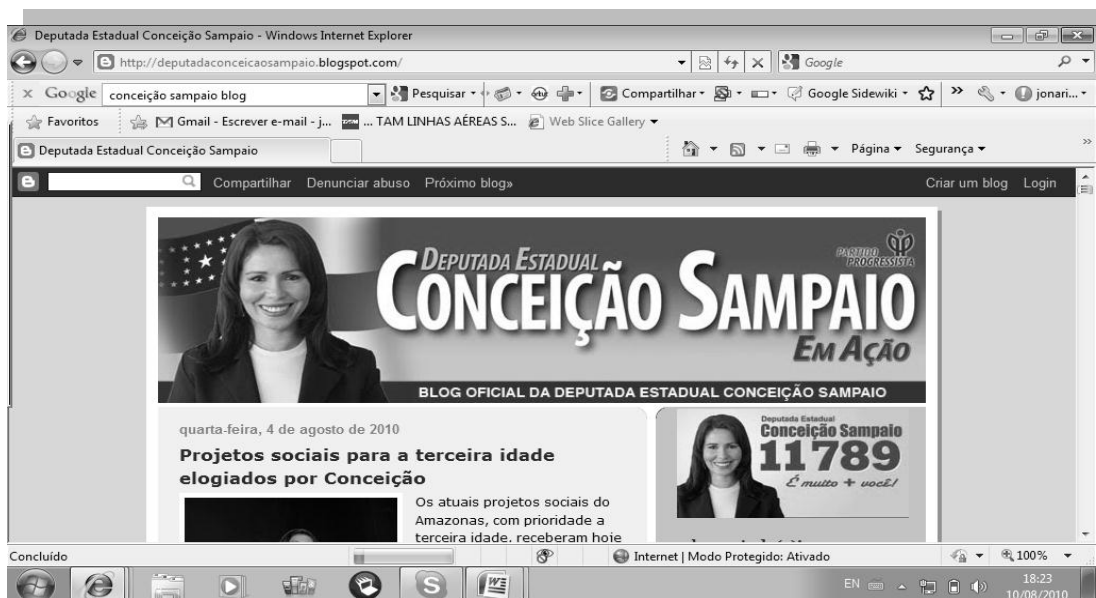


Figura C: Página do *Blog*  
Fonte: [deputadaconceicaoampaio.blogspot.com](http://deputadaconceicaoampaio.blogspot.com)

O apelo ao patriotismo é eminente através da exposição nas páginas de códigos capazes de produzir um contexto comunicacional nos exemplos dos *blogs* citados. O uso das cores azul e vermelho, as estrelas, remete à bandeira do Amazonas, em um deles, o próprio símbolo Estadual é utilizado como plano de fundo da página. Essas referências disponibilizadas nos *blogs* fazem parte das estratégias de divulgação e fixação dos nomes dos parlamentares ou candidatos aos cargos eletivos.

No caso do deputado Sinésio Campos, do Partido Trabalhista (PT), que é paraense e depende do voto dessa parcela dos eleitores para se reeleger, as imagens usadas em seu *blog* lembram a cultura do Estado vizinho, com a inclusão de imagens de materiais como artesanato que levam a semente do açaí, o paneiro, utensílio feito de palha trançada utilizado, entre outras coisas, para carregar o fruto açaí.





Figura D: Página do *Blog*  
Fonte: [blogdocompanheirosinesio.blogspot.com](http://blogdocompanheirosinesio.blogspot.com)

Tudo isso é exemplo de que nos *blogs*, existe uma tentativa de produzir informação através de códigos que formam um novo contexto a partir de velhos costumes do mundo real, os quais passam a fazer parte desse novo sistema complexo de comunicação mundial: a rede de computadores com sua vasta oferta de ferramenta.

Com isso, nota-se que os *blogs* de tais políticos caminham para o que Maturana e Varela (2001) conceituam como processo de autopoiese, portanto, estão em fase de auto-organização, com isso, criam uma nova cultura na forma de comunicação com o eleitor a partir de antigas práticas.

### 3. Considerações finais

A complexidade do sistema de comunicação, ao longo dos anos, passou por todo um processo de evolução desde os primeiros manifestos a partir dos organismos celulares. Com o surgimento da internet, essa complexidade é cada vez mais eminente.

Os novos sistemas ou ferramentas comunicacionais disponíveis na rede mundial de computadores, principalmente com o uso das redes sociais, apresentam características complexas, já que tudo ainda é considerado novidade na internet.

No meio político, onde o público passou a ingressar na rede das redes recentemente, essa complexidade influencia na formação de uma nova cultura dentro desses espaços disponíveis, a cultura da utilização dos *blogs* como ferramenta de divulgação de candidatos ou detentores de cargo eletivo. Dentro dessa cultura, a semiose acontece com o uso de recursos aplicados pela publicidade. Acostumados com as ferramentas de divulgação das chamadas peças publicitárias, os políticos aplicam os mesmos formatos em seus *blogs*.

A característica das ferramentas da publicidade, como os *outdoors* é, portanto, preservada nos *blogs*, isso implica dizer que o diário pessoal serve de espaço semiótico, pois apresenta um novo contexto para a propaganda eleitoral.

## Referências

FRIJOT, C. **As conexões ocultas**: ciência para uma vida sustentável. Tradução Marcelo Brandão Cipolla. São Paulo, Cultrix, 2005.

GRAEFF, A. **Eleições 2.0**: A internet e as mídias sociais no processo eleitoral. São Paulo. Publifolha, 2009, série 21.

HEWIT, H. **Blog**: entenda a revolução que vai mudar seu mundo. Rio de Janeiro. Ed. Thomas Nelson, 2007.

LEMOS, A. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 4ª ed. Porto Alegre, Sulina, 2008.

LOTMAN, Y. M. **Acerca de la semiosfera. La semiosfera 1. Semiótica de la cultura e del texto** [selección e traducción Desiderio Navarro]. Madrid: Frónesis Cátedra Universitat de València, 1996.

MATURANA, H. R. e VARELA, F. J. **A árvore do conhecimento**: as bases biológicas da compreensão humana. Tradução Humberto Mariotti e Lia Diskin. São Paulo, Palas Athena, 2001.



IV Encontro da Compolítica, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011

MORIN, E. **O método II: a vida da vida**. Tradução de Marina Lobo. 2ª ed. Porto Alegre, Sulina, 2002.