



Os gorjeios que ganharam o mundo ou a importância do *Twitter* na *#iranelection*¹

Mônica Schieck²

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo:

O trabalho tem a proposta de analisar como a informação disseminada na Rede pode ser percebida como uma organização democrática capaz de proporcionar ao indivíduo a experiência de manifestar-se para o mundo. A análise desenvolveu-se a partir da mobilização desencadeada pelos cidadãos iranianos contra o resultado das eleições que reelegeram o Presidente Mahmoud Ahmadinejad, principalmente através dos *twettes* postados na rede social *Twitter*³. Para explorar tais objetivos foram observadas as informações desencadeadas na Rede que, diante do bloqueio imposto pelo governo aos tradicionais meios de comunicação, acabou por intensificar a utilização da Rede na propagação da informação em tempo real.

Palavras-chave: mobilização em rede; tecnologias de comunicação; livre expressão.

Introdução

“A cada tipo de sociedade pode-se fazer corresponder um tipo de máquina. Mas as máquinas não explicam nada, é preciso analisar os agenciamentos coletivos dos quais elas são apenas uma parte”.
Gilles Deleuze

Um dos desafios com as quais se depara aquele que se dedica à pesquisa de uma situação presente, tais como as atuais tecnologias de comunicação, destacando a Internet, é a sua constante atualização e a forma como as ferramentas são apropriadas pelos usuários. Acreditando que os múltiplos efeitos dessas apropriações seguirão em um campo aberto para futuros e profícuos debates, o que se pretende aqui é analisar o uso da rede social *Twitter* como uma das principais ferramentas utilizadas pelos cidadãos iranianos após o anúncio da vitória do presidente Mahmoud Ahmadinejad na eleição do dia 12 de junho de 2009.

¹Trabalho apresentado no GP Cibercultura (DT 5), IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Doutoranda em Comunicação e Cultura na ECO/UFRJ. Orientador: Henrique Antoun. Bolsista CNPq.

Email: monicaschieck@hotmail.com

³ www.twitter.com



Os protestos, estimulados por denúncias de fraude na reeleição do presidente iraniano, ganharam as principais ruas da cidade de Teerã como também as redes sociais Facebook, Twitter, Flickr e o site YouTube, como um gorjeio que escapou para o resto do mundo e foi se multiplicando até tornar-se um protesto mundial que tomou conta da blogosfera e o mundo, num ato de solidariedade, abraçou a causa dos iranianos. Optou-se aqui por analisar o Twitter por termos acompanhado e participado ativamente dos *retweets* (RT) de alguns perfis, tais como: @StopAhmadi⁴, @IranElection⁵, @mashable⁶, @mousavi1388⁷, entre vários outros que se seguiram aos primeiros protestos postados após a divulgação da vitória de Ahmadinejad. Despontava assim mais um movimento articulado pela geração que cresceu com o mouse na ponta dos dedos e que faz do ciberespaço um modo de vida. São os nativos digitais, ou melhor dizendo, são indivíduos que representam a primeira geração que cresce imersa nas novas tecnologias digitais (PRENSKY, 2001, *online*).

Passada quase três décadas da popularização da Internet, considera-se que sua maior atração é o sentimento de liberdade singular onde “as possibilidades de interação consigo mesmo, com os outros e com o mundo não estão mais limitadas pelo lugar ou pelos meios de comunicação de massa” (VAZ, 2004, p.191). A multiplicação da capacidade de circulação da informação em curto espaço de tempo e a rapidez nas rearticulações necessárias permite aos indivíduos a experiência de contar a sua versão sobre os fatos, transformando assim a relação com os tradicionais veículos de comunicação. Evidencia-se, desta forma, que os clássicos meios de comunicação de massa não são mais os únicos instrumentos formadores das ideias partilhadas pelos membros de uma sociedade (SCHIECK, et. al, 2008, *online*).

A partir dessas reflexões, pode-se afirmar que ainda existe um sentimento de reação quando tudo parecia seguir passivamente e que essa forma de ação política inédita tende a se multiplicar, afinal os tempos são outros e os antigos modos de se fazer política talvez não tenham mais alcance ou sentido. Por outro lado, oferecer resistência não é mais “sofrer a paixão do embate contra o poder do Estado”, tornou-se também uma forma de inventar movimentos através dos quais os modos “autônomos de viver e

⁴ Disponível em: <<http://twitter.com/StopAhmadi>> Acesso em: 13 jun. 2009

⁵ Disponível em: <<http://twitter.com/IranElection>> Acesso em: 13 jun. 2009

⁶ Disponível em: <<http://twitter.com/mashable>> Acesso em: 15 jun. 2009

⁷ Disponível em: <<http://twitter.com/mousavi1388>> Acesso em: 15 jun. 2009



governar a própria vida possam ser, ao mesmo tempo, as formas de lutar e se manifestar publicamente” (ANTOUN, 2001, p.06-08).

Algumas ações políticas contemporâneas ao utilizarem as tecnologias informacionais de comunicação demonstram como a Rede passa a compor uma mudança na participação do público no que diz respeito ao cenário político. Em outro contexto de mobilização, por exemplo, identificamos Mollie Merry, que trabalhou ativamente na eleição para Presidente dos Estados Unidos como coordenadora do grupo feminino da campanha de Hillary Clinton, principalmente quando ela diz:

A maioria dos jovens nunca tinha participado ativamente do processo da vida democrática e ferramentas como o Facebook torna mais fácil de sermos envolvidos, não há desculpa para não participar. Realmente foram os jovens que estavam liderando a organização dos partidários (TAPSCOTT, 2009, p.249).

Chris Hughes ao resolver apoiar o jovem Senador de Illinois, Barack Obama, sabia que tinha que fazer alguma coisa diferente. Hillary tinha uma experiente “equipe de consultores especializados em manipular a velha mídia” (*ibid., id.*p.244). Assim ficou claro para Hughes que se a Senadora tinha todo esse suporte, a campanha de Obama tinha que incorporar pessoas, “e não tinha como fazer isso sem utilizar a Internet” (*ibid., id.*). Ao assumir o cargo de diretor organizacional da rede social *my.barackobama.com* (MyBo), o jovem de 23 anos estabeleceu como meta inicial apoiar os usuários que já eram eleitores do Senador e incentivou-os a buscar novos eleitores, eles “foram convidados a publicar em blogs, a participar de grupos, encontrar pessoas no seu bairro, organizar comícios, monitorar e levantar dinheiro para campanha” (*ibid., p.*246).

No levantamento final de campanha, os amigos de Obama na rede social Facebook giravam em torno de três milhões, no MySpace somavam algo em torno de um milhão e cinquenta mil. Também foram contabilizados os seguinte resultados: um milhão de emails foram enviados, 13 milhões de emails foram coletados, um milhão de SMS distribuídos e no site MyBo dois milhões de perfis foram criados⁸.

Torna-se impossível não atestar a competência dos organizadores da campanha de Obama, quando minutos antes do seu discurso de posse, entra na minha caixa postal o seguinte email: “*Monica, I'm about to head to Grant Park to talk to everyone gathered there, but I wanted to write to you first. We just made history. And I don't want you to*

⁸ The Obama Campaign. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/8623149/Yes-we-did-strategic-Insights-from-the-Obama-Campaign-by-Rahaf-Harfoush>> Acesso em: 16 abr. 2009



forget how we did it. (...) All of this happened because of you. Thank you, Barack”⁹. Ou mesmo através do *tweet* com 135 caracteres: *@BarackObama We just made history. All of this happened because you gave your time, talent and passion. All of this happened because of you. Thanks*¹⁰.

A pesquisa ‘O papel da Internet na campanha de 2008’¹¹, divulgada pelo *Pew Internet & American Life Project*, em abril de 2009, aponta que 74% dos usuários americanos acessaram a Internet durante a eleição de 2008 para participar ou receber notícias e informações sobre a campanha, o que representa 55% da população adulta em idade de votar. Desse total, 59% dos usuários utilizaram emails, mensagens instantâneas ou de texto e o Twitter para compartilhar ou receber informações sobre política durante o processo eleitoral daquele ano.

Retomando o nosso debate, evidenciamos que outros exemplos recentes já foram apontados e merecem um resgate por estarem diretamente relacionados ao tema proposto. Sendo assim, ao observarmos a dinâmica das atuais tecnologias e sua capacidade de multiplicar a circulação das informações num curto espaço de tempo, identificou-se algo de diferente no movimento estudantil da Universidade de São Paulo – USP em 2007. Enquanto os estudantes utilizavam a interatividade proporcionada pelos ambientes da Rede, tais como: Orkut, YouTube e principalmente o blog ‘Ocupação da Reitoria da Universidade de São Paulo’¹² para contarem a sua versão sobre o movimento - “temos nos esforçado para informar à sociedade o que realmente está acontecendo aqui dentro”¹³ - a mídia impressa classificava esses mesmos estudantes como baderneiros, arruaceiros, aliados a partidos de ultra-esquerda, ou seja, utilizavam um tom afirmativo, muitas vezes de caráter moralista, capaz de levar o leitor a suposições equivocadas com relação a ocupação, isso levando-se em conta que a mídia clássica ainda exerce um poder de persuasão em determinadas situações.

O movimento tinha duas características principais, ser apartidário e não possuir uma liderança, todos os adeptos dividiram-se em comissões para cuidar da alimentação, das refeições, da limpeza e da comunicação. Numa reportagem no jornal Folha de São Paulo, a jornalista Laura Capriglione, descrevia o movimento:

⁹ Email recebido na conta <monicaschieck@gmail.com> de Barack Obama <info@barackobama.com>, assunto: How this happened, no dia 5 de novembro de 2008 04:02.

¹⁰ Disponível em: <http://twitter.com/BarackObama> Acesso em: 05 Nov. 2008

¹¹ Disponível em: <http://pewinternet.org/Reports/2009/6--The-Internets-Role-in-Campaign-2008.aspx> Acesso em: 05 mai. 2009.

¹² Disponível em: <http://ocupacaousp.noblogs.org/> Acesso: 05 mai. 2007

¹³ Disponível em: <http://br.youtube.com/watch?v=iMBg21ioXbA> Acesso em: 17 jun.. 2007

ele dá as costas às entidades tradicionais de estudantes, como a UNE, a UEE e o DCE-Livre. Ele desdenha de líderes carismáticos (em vez disso, todo mundo manda, e ninguém manda). Ele cultiva a sério o apartidarismo, quebrando a hegemonia política de partidos como o PT, PSOL e PSTU, que já foram mandachuvas no pedaço. E, esquisitíssimo, ele faz questão de cuidar dos jardins com tanto esmero quanto da mobilização¹⁴.

E completa, “os estudantes em tempos de democracia não gostam de mostrar rostos nem declinam nomes. Identificam-se por um prenome, às vezes confessando, antes que se pergunte, que é falso¹⁵.”

Em outro exemplo de mobilização, também envolvendo estudantes, observamos em agosto de 2008 que a luta contra a lei *Pécresse* promulgada pelo presidente Nicolas Sarkozy, tinha intenção de dar mais autonomia para as universidades. Por ter sido considerada pelos estudantes como o primeiro passo para privatização, organizou-se uma mobilização para chamar atenção sobre essa lei que promoveria não só a crescente privatização das universidades, mas também o aumento das propinas e o risco das empresas se apoderarem das faculdades. No site ‘Informação Alternativa’¹⁶, Pedro Fidalgo, estudante de Teatro da Universidade de Paris 8, fez um breve relato do movimento do qual destacamos um fragmento:

Estas rápidas informações que se seguem são apenas um resumo dos últimos movimentos estudantis na França. Não tem valor nem base documentais, pois são apenas um retrato rápido de um estudante do movimento contra as políticas de Sarkozy. Devido à força dos média (televisões, rádios, jornais e revistas) franceses estarem na quase totalidade em colaboração com o governo de Sarkozy e tentarem dividir as opiniões públicas distorcendo o contexto da luta dos estudantes, sinto-me, como estudante, no dever de fazer chegar aos estudantes e jornalistas portugueses algumas informações mais específicas dos acontecimentos (Fidalgo In: CAVALCANTI e SCHIECK, 2008, *online*).

E conclui fazendo duras críticas a cobertura jornalística quanto aos bloqueios ou ocupações das universidades pela polícia, ressaltando a abordagem “sensacionalista e espetaculosa” da imprensa (*ibid., id.*).

Continuando na França, voltamos nosso olhar para o subúrbio de Clichy-Sous-Bois, quando em 2005 aconteceram vários conflitos após a morte de dois jovens que fugiam da polícia. Desde então, essa ficou sendo uma zona de conflito dominada pelos moradores. Lá ninguém entra com câmera. Entretanto, um morador da própria localidade dirigiu o vídeo ‘365 jour a Clichy’¹⁷, postado no site YouTube, para mostrar,

¹⁴ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/foha/educacao/ult305u19559.shtml>> Acesso em: 29 jun. 2007

¹⁵ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/foha/educacao/ult305u19559.shtml>> Acesso em: 29 jun. 2007

¹⁶ Disponível em: <<http://www.infoalternativa.org/europa/franca003.htm>> Acesso em: 18 dez. 2007

¹⁷ Disponível em: <<http://br.youtube.com/watch?v=JpWHMIYEwsI>> Acesso em 30 out. 2007



segundo ele, a verdadeira Clichy, o ponto de vista dos moradores, a diversidade de nacionalidades que vivem ali, a solidariedade das pessoas, a alegria apesar de tudo, os artistas, enfim, imagens bem diferentes das que foram exibidas pela TV.

Evidencia-se que não se está atribuindo valores as mobilizações, sejam elas para garantir direitos outrora adquiridos ou mesmo para impedir a entrada de imigrantes nas universidades, mas não podemos deixar de constatar que a utilização das atuais tecnologias comunicacionais permitiu aos indivíduos “cantar ao mundo sua luta por novos modos de viver” (ANTOUN, 2001, p.16).

Ao chegarmos de volta ao Brasil, destaca-se a mobilização desencadeada na Rede em torno da petição “Em defesa da liberdade e do progresso do conhecimento na Internet brasileira”¹⁸ elaborada para dar uma palavra contrária a possível aprovação do Projeto de Lei do Senador Eduardo Azeredo. Durante dois meses acompanhamos diariamente o registro de assinaturas na tentativa de mapear a circulação da petição no ambiente *online* e, diante dos dados adquiridos, foi possível constatar que, se o número de assinaturas não foi significativamente o esperado, sem dúvida a petição trouxe uma incontestável visibilidade para a causa ganhando várias páginas de blogs, sites e jornais (SCHIECK, 2008, *online*)¹⁹.

Partindo dos dados apresentados, apontamos um ensaio publicado por Sérgio Amadeu, onde ao analisar a convergência digital, a diversidade cultural e a esfera pública, o autor evidencia que no cenário dominado pelos *mass media*, o capital controla o lado da emissão e os canais de transmissão, mas destaca que

no cenário digital da forma como a Internet foi estruturada, o capital controla a infra-estrutura de conexão, mas não controla os fluxos de informação, nem consegue determinar as audiências. Também não pode impedir o surgimento de portais e sites independentes e desvinculados do poder político e econômico. Com o surgimento da blogosfera e de outras ferramentas colaborativas, o capital passa a ter que disputar as atenções como nunca ocorrera no capitalismo industrial (AMADEU, 2008, p.34).

Assim, continua Amadeu, mantidas as atuais regras de funcionamento da Internet, qualquer pessoa, coletivo ou empresa pode criar novas soluções e conteúdos que possibilitem a obtenção das atenções e a elevação da audiência ultrapassando a obtida pelos grandes grupos.

¹⁸ Disponível em: <<http://www.petitiononline.com/veto2008/petition.html>> Acesso em: 06 jul. 2008.

¹⁹ Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/schieck-monica-ciberativismo.pdf>> Acesso em: 20 fev. 2009

Entretanto, antes de darmos sequência a análise proposta, torna-se importante assinalar que, para efeito deste trabalho, não se pretende analisar as questões políticas, sociais ou religiosas que levaram os cidadãos iranianos a protestarem contra a reeleição do presidente Ahmadinejad, como também não se pretende atribuir valores aos candidatos e a uma possível fraude nas eleições. Insiste-se sim em traçar um cenário da utilização da Rede daquela que foi considerada pela revista *Época* e por outros veículos tradicionais de comunicação como a rebelião mais importante desde a popularização da Internet nos anos 90.

O que é o Twitter?

O Twitter é uma rede social e uma ferramenta para *microblogging*²⁰ que permite aos usuários enviar textos com até 140 caracteres, conhecidos por *tweets*, através da própria web ou utilizando o SMS do telefone celular. Lançado em 2006 por Jack Dorsey, cujo perfil é seguido por 774.482²¹ pessoas, a rede social vem ganhando ampla notabilidade e popularidade ao redor do mundo por fazer a pergunta: "O que você está fazendo?". Entretanto, num estudo realizado por Mischaud em 2007, ficou constatado que de 5.767 tweets postados, 58% deles não respondiam a questão principal (MISCHAUD, *apud* Honeycutt e Herring, 2009, p.01). De uma forma alternativa os usuários estão usando o Twitter para interagir com outros usuários ampliando assim seus intercâmbios, embora o site não tenha sido concebido primordialmente para tal utilização. A fim de facilitar as trocas, os usuários tem utilizado o familiar símbolo "@" para indicar que a mensagem é dirigida diretamente para aquele usuário.

Outra forma emergente que os usuários vem utilizando é o *retweeting* (RT), que diferente do símbolo @ para trocar mensagens, o RT ou (via @) é mais utilizado para repetir o que foi dito por um usuário. Por exemplo: o @usuário1 escreve na sua página Bom dia para todos! O @usuário2, ao optar por replicar essa saudação, utiliza em sua página, RT @usuário1: Bom dia para todos! As formas adotadas para repetir as mensagens de outros usuários são muito variadas e complexas, o que demandaria uma pesquisa mais detalhada, mas a título de esclarecimento não podemos deixar de citar

²⁰ Microblogging é uma publicação em blog que permite aos usuários fazer atualizações breves de texto (geralmente com menos de 200 caracteres) e publicá-las para serem vistas publicamente ou apenas para um grupo restrito escolhido pelo usuário. Estes textos podem ser enviados por meios de: SMS, mensageiro instantâneo, e-mail, mp3 ou pela web. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Microblogging>> Acesso em: 19 jun. 2009

²¹ Disponível em: <<http://twitter.com/jack>> Acesso em: 13 jun. 2009. A título de curiosidade, em 1º de julho, o mesmo perfil encontrava-se com 837.921 seguidores (*followers*).



por ter sido amplamente utilizada durante toda a mobilização dos cidadãos opositores a reeleição de Ahmadinejad. As primeiras e principais *tags* utilizadas, representadas pelo símbolo #²², foram: #iranelection e #iran. Essa interação usuário-usuário é potencialmente o modo de colobaração que vem sendo utilizada para disseminar informações, partilhar ideias e coordenar atividades instantâneas no âmbito do Twitter.

Em recente pesquisa publicada pela Nielsen Online²³ constatou-se um aumento progressivo de 82 minutos no tempo gasto pelos internautas em blogs e sites de redes sociais. Em maio de 2009, comparado com anos anteriores, o aumento médio de minutos gastos foi na ordem de 67%. Em um ano o Twitter cresceu cerca de 1.448%. Em maio de 2008 o número de acessos era de 1,2 milhões enquanto em maio de 2009 esse número saltou para 18,2 milhões de acessos. Neste mesmo período, o tempo gasto, em média, por pessoa, chegou a aumentar 175% - em maio de 2008 eram gastos 6 minutos e 19 segundos um anos depois o tempo médio pulou para 17 minutos e 21 segundos. Segundo a Nielsen, o Twitter foi a rede social que mais cresceu na web no ano pesquisado.

De acordo com a Ibope Nielsen Online²⁴, 3,7 milhões de brasileiros acessaram o Twitter durante o mês de maio, o que significa 10,7% do total de 34,5 milhões que teve acesso a Internet durante este mês. No mês de março a taxa de usuários ficava na faixa de 38% e o Brasil o quinto país no ranking de usuários.

O cidadão como principal fonte de informação

Ao partirmos das perspectivas apontadas, pode-se dizer que tornar visível a informação é a forma de vida emergente desta atual mídia, produzida pelo “entrelaçamento das teias da Internet com o interativismo do ciberespaço; como resultado do casamento da política de ação direta do ativismo como potência interativa e descentralizadora dos sistemas de hipermídia” (ANTOUN, 2001, p.03). Isso implica uma nova maneira de falar, onde a questão não é convencer, mas ser claro, impondo “dados” de uma situação a fim de tornar visível coisas que não seriam em outras condições (DELEUZE, 2000, p.151-158).

²² *#hashtafs* ou *tags*, é uma das formas de organizar a informação disponível no Twitter. Assim, palavras sinalizadas com # indicam o assunto da mensagem tornando a busca muito mais fácil.

²³ Disponível em: <<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/nielsen-news/twitter-grows-1444-over-last-year-time-on-site-up-175/>> Acesso em: 18 jun. 2009

²⁴ Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2009/06/15/twitter-10-7-dos-internautas-brasileiros-entraram-no-servico-em-maio/>> Acesso em: 25 jun. 2009



As manifestações ocorridas após a eleição presidencial do Irã demonstram como as ferramentas da Rede são hoje, potencialmente, os meios de difusão da informação político-social assim como foi o telégrafo no século XIX. Segundo Ugarte, o telégrafo permitiu ações coordenadas entre a França e a Inglaterra, sendo o meio de convocação para conferência que propiciou a fundação da Primeira Internacional, em 1864. “O telégrafo foi a chave para a ascensão de novos sujeitos com novos valores” (UGARTE, 2007, p.18).

Depois do fim da Segunda Guerra Mundial, os meios de comunicação superaram o telégrafo e novas ferramentas foram desenvolvidas para distribuir informação. Com o advento da Internet passa-se da descentralização da comunicação para a era das redes distribuídas. Abriu-se assim “as portas a uma nova distribuição do poder com a Internet conectando milhões de pequenos computadores hierarquicamente iguais” (*ibid.,id.,p.24*). A estrutura distribuída, segundo Ugarte, leva vantagem por sua capacidade de mobilização e pela fluidez do funcionamento nos fluxos da Rede. Para o autor não faltam exemplos, nos últimos anos, de governantes que tentaram controlar a informação utilizando filtros tradicionais, a imprensa e a TV, para condicionarem os cidadãos e passar informações convenientes, entretanto a informalidade das novas redes de informação distribuída os coloca “em confronto com milhares de cidadãos nas ruas” (*ibid.,id.,p.26*).

Destacando que o importante não é o resultado final, mas sim a forma como as atuais tecnologias informacionais de comunicação, especialmente a Rede, foram utilizadas para desencadear o protesto contra a reeleição do Presidente Mahmoud Ahmadinejad em 12 de junho de 2009, apontamos a utilização da rede social Twitter como uma das principais fontes de informação.

No dia da eleição, ao acessar meu perfil no Twitter - @mschieck²⁵ –, encontro a informação que o Presidente Ahmadinejad havia sido reeleito antes mesmo de ter sido veiculada na tradicional mídia. Ao seguir o perfil do jornalista carioca Pedro Doria - @pedrodoria²⁶ – encontro o seguinte *tweet*: “meu leitor que vive em Teerã e está por dentro das idas do governo iraniano, comenta o dia da eleição. <<http://migre.me/25Fx>>”²⁷. Sigo o link indicado e leio os comentários:

²⁵ <<http://twitter.com/mschieck>>

²⁶ <<http://twitter.com/pedrodoria>>

²⁷ É uma ferramenta bastante utilizada no Twitter que consiste em compactar URLs. Devido a impossibilidade de enviar textos com mais de 140 caracteres permite o envio de links menores e, conseqüentemente, mais texto em uma mesma mensagem. O migre.me não é o único compactador de URL na Rede, existem outros e a escolha é pessoal.



“Nas ruas, a população está aparecendo em peso para votar. (...) O Irã está polarizado. Nos centros urbanos, principalmente entre os jovens e as mulheres, Moussavi é popular. Sua mulher, uma acadêmica com carreira notável, lembra todo espaço que Ahmadinejad negou às mulheres do país. Na zona rural, entre os mais pobres, é diferente. É entre os ‘descalços’ que Ahmadinejad encontra mais apoio”.²⁸

Em 13 de junho @pedrodoria informava: “Há um golpe de Estado em curso no Irã...mais info no Weblog com fontes dentro do país: <http://migre.me/26ZS>”²⁹. Com mais de 94% das urnas apuradas, Ahmadinejad era eleito com 64,78% dos votos, recebendo mais de 20 milhões dos 30 milhões de votos apurados, contrariando todas as análises pré-eleitorais. Em segundo lugar aparecia o ex-ministro Mir Hussein Moussavi com 32,57% dos votos. Considerada uma eleição com participação recorde, 70% dos eleitores foram às urnas.

Por outro lado, Moussavi acusava a atual gestão de bloquear seu site e o envio de mensagens pelo celular no dia da votação e apontava uma possível fraude nas eleições reclamando que faltaram cédulas, que seus fiscais não tiveram acesso a várias sessões e que alguns eleitores não teriam conseguido votar³⁰. Começava assim a Rebelião 2.0 em Teerã, como denominou a Revista Época³¹ no final de semana seguinte.

O Irã, classificado pelo site ‘*Reporters sans frontieres – pour la liberte de la presse*’, como um país inimigo³² da Internet, possui uma população em torno de 73 milhões de habitantes, dos quais 23 milhões possuem acesso a Internet e 45 milhões possuem telefones celulares. Apesar de ter um índice de penetração superior a média da região, o país, segundo o Assessor do Procurador-geral do Teerã, teve cinco milhões de sites bloqueados em 2008. Mesmo assim o Irã encontra-se com os blogueiros mais militantes da região, apesar de, atualmente, quatro deles encontrarem-se presos.

Cidadãos conectados no mundo inteiro praticam a troca de conhecimento e informação por meio das diversas ferramentas disponibilizadas na rede, caracterizando, assim, um espaço de livre expressão. Manuel Castells classifica a ascensão desta atual forma de comunicação como *mass self-communication* (CASTELLS, 2006). Recuperada pelos movimentos sociais de todo o mundo e utilizando as tecnologias digitais como nova forma de mobilização política, configura-se como uma organização

²⁸ Disponível em: <<http://pedrodoria.com.br/2009/06/12/as-eleicoes-no-ira-as-do-libano/#comments>> Acesso em: 12 jun. 2009

²⁹ Disponível em: <<http://pedrodoria.com.br/2009/06/13/a-vitoria-de-ahmadinejad/>> Acesso em: 13 jun.2009

³⁰ Disponível em: <<http://pedrodoria.com.br/2009/06/13/a-vitoria-de-ahmadinejad/>> Acesso em: 13 jun. 2009

³¹ Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI78243-15227-2,00-REBELIAO+EM+TEERA.html>> Acesso em: 22 jun. 2009

³² Disponível em: < <http://www.rsf.org/fr-ennemi26116-Iran.html>> Acesso em: 20 jun. 2009



mais decisiva numa clara ruptura com as tradicionais formas de organização partidária, sindicatos e associações características da sociedade industrial.

Do dia 13 ao dia 17 junho, considerados pela reportagem da Revista Época os dias de pico dos *twettes*, chegando a alcançar a média de 220 mil mensagens por hora, continuamos conectados aos perfis @StopAhmadi³³, @mousavi1388³⁴ e @IranElection³⁵, dentre outros, em busca das informações em tempo real uma vez que as TV's encontravam-se sob um forte controle estatal e os correspondentes estrangeiros com dificuldades para obter informações sobre a rebelião.

Torna-se difícil, no corpo deste trabalho, enumerar os vários desdobramentos que se seguiram a partir da postagem de mensagens como esta: @StopAhmadi *Internet, SMS, Phones...everything very limited in Iran #iranelection*. Entretanto, não podemos deixar de destacar a ampla participação dos internautas, sites, blogs e portais que se colocaram a serviço da oposição a Ahmadinejad. Por exemplo: o site YouTube, pertencente ao Google, abriu uma exceção para veiculação de imagens violentas, que normalmente são vetadas; as intruções para agir na Internet por conta das eleições iranianas foram destacadas pelo site *'Boing Boing'* através do *Cyberwar guide for Iran elections*³⁶; o *'The Pirata Bay'* criou uma homepage *'The Persian Bay - Why we protest?'* com o fórum *'Anonymous Iran'*³⁷ para permitir a livre comunicação entre os iranianos sem a vigilância do governo; o Google e o Facebook adicionaram rapidamente um tradutor para língua Persa (Farsi)³⁸; no dia 17 de junho o Twitter tinha planejado suspender seu serviço por 90 minutos para fazer um trabalho de manutenção, mas optou por adiar a interrupção para não prejudicar o acesso ao cidadão iraniano a sua principal ferramenta de comunicação³⁹ e finalmente nas eliminatórias para a Copa de 2010 parte do time iraniano usou uma faixa verde nos pulsos ou nos braços indicando apoio as manifestações contra a reeleição do presidente Mahmoud Ahmadinejad⁴⁰.

³³ <http://twitter.com/StopAhmadi>

³⁴ <http://twitter.com/mousavi1388>

³⁵ <http://twitter.com/iranelection>. Atualmente está escrito no perfil: *I am in Pause mood*.

³⁶ Disponível em: <<http://www.boingboing.net/2009/06/16/cyberwar-guide-for-i.html>> Acesso em: 16 jun. 2009

³⁷ Disponível em: <<http://iran.whyweprotest.net/>> Acesso em: 18 jun. 2009

³⁸ Disponível em: <http://www.techcrunch.com/2009/06/18/as-events-unfold-in-iran-facebook-and-google-translate-quickly-add-persian/?awesm=tcn.ch_4DU&utm_campaign=techcrunch&utm_content=techcrunch-autopost&utm_medium=tcn.ch-twitter&utm_source=twitter.com> Acesso em: 19 jun. 2009

³⁹ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u582200.shtml>> Acesso em: 17 jun. 2009

⁴⁰ Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/world/2009/jun/23/iran-football-protest-ban>> Acesso em: 24 jun. 2009



O que nos importou até aqui foi perceber o quanto o uso dessas ferramentas abrem possibilidades para a população agir no mundo utilizando seu próprios meios. Afinal, como nos lembra Castells,

Talvez essa maioria esteja começando a introduzir, na comunicação, os avanços extraordinários do que eu chamo de *Mass Self Communication* (a intercomunicação individual), que constitui certamente uma nova forma de comunicação em massa – porém, produzida, recebida e experienciada individualmente (CASTELLS, 2006).

Tendo sido recuperada pelos movimentos sociais de todo mundo, eles não são os únicos a utilizar essa nova ferramenta de mobilização e organização. Segundo o autor, “falta pouco para que, através da *Mass Self Communication*, os movimentos sociais e os indivíduos em rebelião crítica comecem a agir sobre a grande mídia, a controlar as informações, a desmenti-las e até mesmo a produzi-las” (CASTELLS, 2006).

Desta forma, parte-se da premissa que estamos assistindo novas formas de organização social que evidenciam uma inversão na perspectiva totalizadora dos meios de comunicação tidos como de massa, podendo-se dizer que a dinâmica das atuais tecnologias de comunicação e sua capacidade de multiplicar a circulação das informações num curto espaço de tempo acaba por repercutir nas práticas sociais.

Considerações Finais

“a cada momento, as práticas da humanidade são o que toda história as faz ser, de tal modo que, a qualquer instante, a humanidade é adequada a ela própria”.
Paul Veyne

Como nos lembra Hardt e Negri todas essas experiências do que se pode chamar democracia e autonomia, “até em menores níveis, representam uma enorme riqueza para o futuro desenvolvimento dos movimentos” (2004, p.125); de Seattle a Gênova e os Fóruns Sociais Mundiais de Porto Alegre a Mumbai, “constituem o exemplo mais claro até hoje de organizações disseminadas em rede” (*ibid., id.*)

Neste contexto de debate, pode-se argumentar que diante deste início de século XXI uma nova forma de organização social pode ser percebida como uma organização capaz de proporcionar ao indivíduo a experiência de manifestar-se para o mundo e tornar visível seus anseios, sejam individuais, sociais ou políticos. Afinal, como destacou o colunista do jornal New York Times, Nicholas D. Kristof, “a convulsão social que ocorre neste momento no Irã é um conflito típico do século XXI. De um lado



estão os trogloditas do governo disparando balas. Do outro, jovens manifestantes disparando *tweets*".⁴¹

Mesmo com toda censura à imprensa internacional e as tentativas de bloquear a Internet, o governo iraniano não conseguiu impedir a proliferação de mensagens pela Rede que abasteceu as pautas das principais agências de notícias em todo o mundo. A secreta linha de comunicação via Internet permaneceu ativa graças a engenheiros da computação chinesa que moram nos Estados Unidos. O software FreeGate, disponível no site '*Global Internet Freedom Consortium – GIF*'⁴², tendo sido criado para um grupo espiritual chinês, Falun Gong, escapar da censura do Partido Comunista em 1999, foi amplamente utilizado chegando a ser baixado por 400 mil internautas no dia 17 de junho. Shiyu Zhou, diretor do site e professor da Universidade de Wisconsin, atesta que a busca do serviço anti-censura pelos internautas iranianos triplicou depois do dia 13 de junho, chegando a acarretar uma sobrecarga no site. "Não temos coragem de cortar o acesso dos iranianos, mas se os nossos servidores ficarem muito sobrecarregados poderemos precisar cortar o tráfego".⁴³

Ao partirmos das premissas apontadas acredita-se que estamos experienciando um período singular da história contemporânea. Afinal os estudantes de todas as épocas fazem suas primeiras rugas nos movimentos sociais. Hoje, com as tecnologias informacionais de comunicação, os jovens vêm marcando os rostos de todas as sociedades, seja em filmes feitos por celulares postados no YouTube ou em depoimentos livres em blogs ou sites de informação compartilhada. Imagens essas que marcam a história: como um estudante toureando um tanque na China; na iluminação da cidade luz feita por carros incendiados, ou no instante em que a estudante de filosofia iraniana, Neda Soltani, é atingida por um tiro no peito e as cenas registradas por um telefone celular ganham o mundo e a transformam no símbolo pela liberdade no Irã.

Em linhas gerais, podemos conjecturar que a liberdade, a criatividade e a disseminação do conhecimento e da informação através da Rede Mundial de Computadores determinam uma mudança na estrutura dos padrões estabelecidos. Neste sentido, tal como nos advertia Foucault, torna-se necessário preservar o que se produziu nos anos 60 e no início dos anos 70 como uma forma de resguardar a existência de uma

⁴¹ Disponível em: <http://www.nytimes.com/2009/06/18/opinion/18kristof.html?_r=1> Acesso em: 18 jun. 2009

⁴² Disponível em: <<http://www.internetfreedom.org/>> Acesso em: 18 jun. 2009.

⁴³ Disponível em: <http://www.nytimes.com/2009/06/18/opinion/18kristof.html?_r=1> Acesso em: 18 jun. 2009



criação e de uma experimentação, de uma inovação política fora dos grandes partidos políticos. Por isso não devemos somente nos defender, mas nos afirmar, e nos afirmar não somente enquanto identidades, mas enquanto força criativa. Essas mudanças estando atrelada a numerosos movimentos que surgiram e que transformaram nossas vidas, devem ser vistas como algo de muito importante e positivo, pois “não são as velhas organizações políticas tradicionais e normais que permitem esse exame” (FOUCAULT, 1984, *online*).

“Vocês me dizem que isso é utópico, eu peço a vocês que me digam precisamente por quê? (...) Utopia não é a invenção do que não existe mais, é uma forma de ver alternativamente o que pode existir, de concebê-lo previamente” (MOSCOVICI, 2007, pg.79).

Referências:

- AMADEU, Sérgio. **Convergência digital, diversidade cultural e esfera pública**. In: PRETTO, Nelson e AMADEU, Sérgio (org.) Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008.
Disponível em :
<<http://rn.softwarelivre.org/alemdasredes/wp-content/uploads/2008/08/livroalemdasredes.pdf>>
Acesso em: 28 ago. 2008.
- ANTOUN, Henrique. **Democracia, multidão e guerra no ciberespaço**. In: PARENTE, André (org.). Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- ANTOUN, Henrique. **Jornalismo e ativismo na hipermídia**: em que se pode reconhecer a nova mídia. Porto Alegre: Revista da Famecos - vol. 16, 2001.
Disponível em:
<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/274/208> >
Acesso: 15 mar. 2004.
- CASTELLS, Manuel. **A era da intercomunicação**. Le Monde Diplomatique / Brasil. Edições mensais – agosto de 2006. Disponível: <<http://diplo.uol.com.br/2006-08,a1379>>
Acesso em: 15 set. 2006.
- CAVALCANTI, Cecília e SCHIECK, Mônica. **O sujeito e a história**: os movimentos sociais e a organização em rede. Verso e Reverso – Revista da Comunicação. Ano XXII - 2008/1 - Número 49. Disponível: <<http://www.versoereverso.unisinos.br>> Acesso em: 25 jul. 2008.
- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Ed.34, 2000.
- GALLAGHER, B. e WILSON, A. **Michel Foucault, uma entrevista**: Sexo, poder e a política da identidade. The Advocate, nº. 400, 7 de agosto, 1984 .
Disponível em: <<http://www.unb.br/fe/tef/filoesco/foucault/sexpodident.html>>
Acesso em: 27 de jul. de 2007.



HARDT, Michael e NEGRI, Antonio. **Multidão: guerra e democracia na era do império**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

HONEYCUTT, Courtenay e HERRING, Susan C. **Beyond Microblogging: Conversation and Collaboration via Twitter**. In: Proceedings of the Forty-Second Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-42). Los Alamitos, CA: IEEE Press.
Disponível em: <<http://ella.slis.indiana.edu/~herring/honeycutt.herring.2009.pdf>> Acesso em: 15 jun.2009

MOSCOVICI, Serge. **Natureza, para pensar a ecologia**. Rio de Janeiro: Mauad X, Instituto Gaia, 2007.

PRENSKY, Marc. **Digital Natives, Digital Immigrants**. On the Horizon, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001. Disponível em:
<<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>> Acesso em: 16/08/2006

Revista Época – edição 579 – 22/6/09 – Irã 2.0: como a rebelião pela internet e pelo Twitter começou a transformar a república islâmica, p.92 a 108.

SCHIECK, Mônica ; CAVALCANTI , Danielle; CAVALCANTI, Cecília. **Informação em saúde pública através de sites de museus de ciência: uma nova dinâmica social**. In: Revista TEXTOS de la CiberSociedad , Número 16, Monográfico: Internet, sistemas interativos e saúde. Disponível em: <<http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=213>> Acesso em: 28 abr. 2009.

SCHIECK, Mônica. **Ciberativismo: um olhar sobre as petições online**. In: BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2009. Disponível em:
<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/schieck-monica-ciberativismo.pdf>> Acesso em: 20 fev. 2009.

TAPSCOTT, Don. **Grown up digital: How the Net Generation is Changing your World** - McGraw-Hill eBooks , 2009.

UGARTE, David de. **El poder de las redes**. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo, 2007. ISBN 978-84-611-8873-4 / dominio público
Disponível em: <<http://www.deugarte.com/manual-ilustrado-para-ciberactivistas>> Acesso em: 10 jan. 2009.

VAZ, Paulo. **Esperança e excesso**. In: PARENTE, André (org.). Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004.

VEYNE, Paul. **Como se escreve a história**; Foucault revoluciona a história. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1995.