



A Política na Twittosfera: o caso do AI-5 digital e uso de plataformas de microblog para o ciberativismo¹

Leilane Cruz Correia de LIMA²
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

As novas mídias possibilitam formas de comunicação mais horizontal e democrática e a apropriação delas pelos movimentos sociais tem resultado em práticas de mídia alternativa. No âmbito da Internet, as redes sociais configuram, além de ferramentas para o fortalecimento das relações pessoais, plataformas nas quais é possível a divulgação de discursos não-oficiais e mobilização para ações políticas nas ruas. O presente artigo examina as articulações da campanha contra o projeto de lei de Crimes Cibernéticos do Senador Eduardo Azeredo na plataforma de microblog Twitter, a fim de apontar os usos da nova ferramenta de rede social para o ciberativismo.

PALAVRAS-CHAVE: ciberativismo; ai-5 digital; twitter; microblog; redes sociais.

INTERNET E MOBILIZAÇÃO POLÍTICA

A configuração das comunicações através das novas tecnologias proporciona uma relação mais democrática com a mídia, na qual “cada computador desktop, e agora cada bolso, é uma impressora mundial, estação broadcasting, lugar de assembléia e ferramenta de organização.”³ (RHEINGOLD, 2005, p.87) Cada pessoa com acesso a celular e/ou Internet é um potencial comunicador, e não apenas espectador/receptor de um conteúdo produzido por outrem. Ao contrário do que acontecia com as mídias tradicionais, a forma de difusão de informações por esses suportes não é similar a uma catedral e sim a um bazar⁴, pois todos podem compartilhar e divulgar informações.

O advento das novas tecnologias permitiu, inclusive, a participação no que se chama de “old media” (televisão, rádio). A colisão entre velhas e novas mídias cria uma

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares em Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo do CAC-UFPE, email: leilane.cruz@gmail.com

³ Tradução da autora para: “every computer desktop, and now every pocket, is a worldwide printing press, broadcasting station, place of assembly and organization tool.”

⁴ Para usar a analogia de Eric Raymond em seu artigo “A Catedral e o Bazar”, no qual analisa as diferenças entre o desenvolvimento de softwares livres e proprietários. Coloca que o modelo de desenvolvimento do software proprietário é catedrático, pois poucas pessoas criam o programa a ser utilizado por muitas. E coloca o modelo de desenvolvimento livre como similar ao de um bazar, pois todos controem colaborativamente o conhecimento sobre o programa e podem livremente utilizá-lo. Ver: RAYMOND, Eric Steven; The Cathedral & the Bazaar. O'Reilly, 1999.



cultura da convergência, na qual há o “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos.” (JENKINS, 2008) Há uma interação entre o poder do produtor e do consumidor de mídia, a qual torna viável uma cultura participativa, em que o destinatário deixa de ser passivo no processo comunicacional. No entanto, a intervenção do espectador é em grande medida relacionada ao consumo dos conteúdos já veiculados pela televisão, rádio, jornais e etc. (a exemplo dos spoilers das séries Lost e Survivor).

Isso ocorre pois a informação repassada pelas antigas mídias obedece a um modelo vertical, de um para muitos (one-to-many), no qual fica vetada ou direcionada a participação do interlocutor. A Internet reloca as opções para uma comunicação pública nos modelos de alguns para muitos, alguns para alguns e muitos para muitos (DOWNING, 2008); mais horizontais.

Ora, ao mesmo tempo em que se configuram de forma horizontal e democrática, já que muitos podem ser emissores e receptores, produtores e consumidores, as novas mídias, em especial a Internet, podem ser ferramentas para o estabelecimento desta horizontalidade para além do meio digital. Como nos fala Joichi Ito:

As novas tecnologias podem permitir a emergência de um sistema democrático funcional, mais direto que pode efetivamente lidar com questões complexas. Tecnologias viáveis para a democracia direta vão dar suporte, mudar ou substituir as democracias representativas existentes. Por democracia direta, nós não queremos dizer a ditadura da maioria simples, mas um sistema que evolua para além do estilo broadcast do consenso controlado para um estilo democrático do consenso coletivo derivado das conversações de “muitos para muitos”.⁵ (2005, p.17)

Essa perspectiva, ainda ideal, configura-se em nível mais palpável quando se trata dos usos das novas tecnologias para a mobilização política. Esses suportes podem servir de instrumento para a difusão de idéias, construção de conhecimento e fomento a ações de ativistas que pretendem a concretização desta democracia direta ou outros modelos mais horizontais de organização; ações as quais não se limitam ao ambiente virtual. Os Centros de Mídia Independente⁶ é um exemplo de como a maior liberdade da Internet possibilita a apropriação da ferramenta para a produção de conteúdos diversos e/ou contrários aos da mídia corporativa, ou seja, pitido submeter apenas um trabalho como autor para cada evento do Congresso. ara fins de uma mídia alternativa.

⁵ Tradução da autora para: “New technologies can enable the emergence of a functional, more direct democratic system which can effectively manage complex issues. Viable technologies for direct democracy will support, change or replace existing representative democracies. By direct democracy, we don’t mean simple majority rule, but a system that evolves away from the broadcast style of managed consensus to a democratic style of collective consensus derived from “many-to-many” conversations.”

⁶ Os Centros de Mídia Independente são grupos de articulação global que divulgam através da Internet ações dos movimentos sociais ao redor do mundo. No Brasil: www.midiaindependente.org.



Analogamente, o uso de mensagens de texto para articulação de protestos na China, França e outros lugares mostra a capacidade das tecnologias móveis para dar aos cidadãos o poder de organizar entre si manifestações populares de protesto, de não apenas divulgar como também mobilizar a ação direta nas ruas (RHEINGOLD, 2008). Segundo Rheingold “As razões pelas quais os smart mobs políticos poderiam levar a democracias mais fortes incluem o emponderamento dos cidadãos para auto-organizarem demonstrações populares em protesto (...)”⁷ (2008). De modo similar, listas de e-mail, fóruns temáticos, chats no IRC; são meios constantemente utilizados para a articulação/ativismo político via web para fins de ação para além da tela do computador.

REDES SOCIAIS E CIBERATIVISMO

“Quando uma rede de computadores conecta uma rede de pessoas e organizações, é uma rede social.”⁸ Nelas, a despeito dos outros espaços da rede citados, o potencial mobilizador é ainda pouco explorado. Como aponta Rheingold (2008), os ativistas estão apenas começando a explorar as possibilidades das mídias para organizar a ação coletiva. Mesmo no Orkut, rede social mais utilizada no país⁹ – já bastante difundida entre usuários pouco regulares de Internet – ainda há poucas comunidades relacionadas ao ativismo (pode-se atribuir este estado de coisas, também, à política de uso, mas esta análise não é fundamental para este trabalho).

Contudo, John Downing identifica no uso das redes sociais oportunidades para a utilização pela mídia alternativa, porque elas atendem ao antigo desejo humano de se comunicar publicamente (e estendem este poder a muitos). Segundo ele,

“A emergência nos anos 2000 de caminhos para a expressão pública na Internet tais como MySpace, FaceBook e YouTube abriu novas oportunidades para uma campanha social muito antiga [a urgente necessidade e desejo de se comunicar publicamente, apesar de e contra a mídia oficial e mainstream].”¹⁰ (2008, p. 7)

⁷ Tradução da autora para: “the reasons political smart mobs could lead to stronger democracies include the empowerment of citizens to self-organize popular demonstrations in protest (...)”

Smart mobs seriam redes móveis smart (mobs) que habilitam grupos de pessoas (mobs) a trabalharem juntos. O conceito está presente em RHEINGOLD, Howard, Smart Mobs – The Next Social Revolution, Basic Books, Cambridge, MA, 2002

⁸ GARTON, HAYTHORNTHWAITE e WELLMAN (1997:1) In RECUERO (2006)

⁹ SCHELP, Diogo. Nos laços (fracos) da internet. **Veja**, São Paulo, Edição 2120, p. 94, 8 de julho de 2009.

¹⁰ Tradução da autora para: “the emergency in the 2000s of Internet avenues for public expression such as MySpace, FaceBook and YouTube has opened up fresh opportunities for a very ancient social drive [the urgent need and desire to communicate publicly outside, despite and against official and mainstream mass media].”



Intenta-se aqui identificar, no microblog¹¹, essas novas oportunidades para o que Rheingold coloca como uma das áreas-chave da comunicação de multos para muitos: “organizing collective political action¹².” (2005)

Para o estudo das redes sociais na Internet é fundamental entender-se o seu surgimento, tipologia, os mecanismos existentes e funcionamento deles e quais tipos de relações sociais e formas de difusão de conteúdo podem emergir a partir dos usos destas ferramentas. (RECUERO, 2006)

Em termos do emprego das redes sociais, a blogosfera é exemplo de como este tipo de interação virtual possibilita o ativismo no digital. Por seu caráter análogo ao da Internet (de ser uma rede distribuída, não hierárquica, na qual as fronteiras entre produtor e consumidor de mídia são quase/ou inexistentes), é suporte ideal para articulação política e fortalecimento de discursos.

Consequentemente, é palco para várias formas de ciberativismo, para

“toda estratégia que persegue a mudança da agenda pública, a inclusão de um novo tema na ordem social, mediante a difusão de uma determinada mensagem e sua propagação através do “boca a boca” multiplicado pelos meios de comunicação e publicação eletrônica pessoal.”¹³ (UGARTE, 2007)

Ugarte (2007) identifica duas formas de realizar o ativismo na web. A primeira delas obedece à lógica de campanha. Ao molde dos partidos políticos e mesmo da publicidade, as idéias partem de um núcleo difusor, o qual propõe as ações e difunde as idéias discutidas para conseguir a adesão. A segunda tem a ver com a promoção um debate social distribuído, cujas consequências são imprevisíveis pois dependem, fundamentalmente, da contribuição dos participantes (e não estão postas em um programa previamente estabelecido).

Nos blogs, promove-se o ativismo seja pela propaganda de uma empresa, divulgação de uma idéia ou tentativa de mobilização política. Mas a estrutura da blogosfera, na qual tudo se liga com tudo, é das poucas formas de mídia adequadas para o fomento da segunda forma de ciberativismo. Já que “viver e comunicar em rede supõe previamente aceitar e viver em diversidade”¹⁴, Ugarte sugere que as possibilidades desta

¹¹ Chamado assim porque este tipo de suporte permite a postagem, como em um blog, mas com um reduzido número de caracteres. Vale lembrar a existência de outras ferramentas do tipo (identi.ca, Jaiku, etc.). Opta-se pela análise do Twitter por ter sido a até agora mais apropriada pelos usuários.

¹² “Organização da ação política coletiva.”

¹³ Tradução da autora para “toda estrategia que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la grandiscusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del «boca a boca» multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal”

¹⁴ Tradução da autora para “Vivir y comunicar en red supone previamente aceptar y vivir en diversidad”

Em: UGARTE, David de. **El poder de las redes..** 2007. Disponível em:
http://www.deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf



ferramenta levariam a pensar, e o já citado Ito coloca isto, em maneiras renovadas de relação social, nas quais houvesse um número indeterminado de agentes ativos, de posições, de identidades. (UGARTE, 2007)

Acredita-se, aqui, que a utilização dos microblogues (os quais possuem alguns recursos novos analisados a seguir) também pode servir a estes ideais. Mais concretamente, já se observa a apropriação do Twitter para a promoção de discursos e ações diretas; que visam ao estabelecimento de condições para este outro tipo de sociedade.

A FERRAMENTA, O PROPÓSITO E AS POSSIBILIDADES

Em 2006, foi lançado o Twitter¹⁵, segunda rede social mais usada no Brasil¹⁶. Ele consiste em uma plataforma de microblog (também chamado de nanoblog¹⁷), no qual se tem o reduzido espaço de 140 caracteres para responder à pergunta “What are you doing?” ou, em português, “O que você está fazendo?”.

E quem vai ver suas postagens? Todos os seus “seguidores” (followers) – equivalentes aos amigos do Orkut – todas as vezes nas quais acessarem a página inicial e no mesmo momento em que elas forem feitas. Não é um essencialmente um blog, pois as pessoas não precisam acessar a sua página para ter acesso às postagens. Não é o Orkut, pois as mensagens normalmente não têm destinatário definido (como já disse, elas são enviadas a todos os seus seguidores). Outra diferença fundamental: para que se receba as atualizações de um usuário, o “follow” (ato de “seguir” alguém no Twitter), não precisa ser recíproco. Há a possibilidade de direcionar mensagens privadas para usuários específicos através da ferramenta “direct message”, mas é necessário, neste caso, que o outro usuário também esteja seguindo o produtor do post. Ademais, a conversa privada não é a principal utilização. Da mesma forma que no Orkut, pode-se responder às postagens recebidas (sejam elas de seguidores ou não).

Outra particularidade: as atualizações do status não são feitas exclusivamente pelo site do Twitter ou pelo navegador de Internet. Há uma série de aplicativos de desktop e gadgets para serviços de e-mail os quais permitem o envio e recebimento instantâneo de tweets. Além disso, pode-se twitar¹⁸, também, pelo celular. Um

¹⁵ www.twitter.com

¹⁶ Em SCHELP, Opt. Cit.

¹⁷ Neste trabalho, os termos microblog e nanoblog serão tomados como sinônimos, por se referirem ao mesmo tipo de suporte midiático

¹⁸ Enviar tweets, atualizações de status no Twitter.

incremento de programas de desktop como TweetDeck, Twihrl, Gwibber, Choqok e tantos outros é o suporte a mais de uma conta de usuário. O TwitterFox, complemento do navegador Mozilla Firefox, permite a atualização e também mostra os tweets recebidos instantaneamente. Todos os aplicativos mostram janelas pop-up no momento no qual o usuário recebe um tweet.

Além disso, os aplicativos de desktop permitem a busca por posts relacionados à palavra chave desejada¹⁹. O mecanismo também é atualizado quase instantaneamente com as postagens procuradas. A busca no Twitter²⁰ (pela web ou pelos aplicativos) não chega a ser rápida como a do buscador Google²¹, mas permite indexar as informações postadas em ritmo frenético pelos usuários.

No entanto, a ferramenta que potencializa a difusão da informação (de importância extrema para o caso estudado) é o “retweet” (equivalente ao encaminhar dos serviços de e-mail). Por hora, coloca-se apenas que, ao retwitter um post, o usuário divulga para todos os seus seguidores a informação compartilhada por alguém. As figuras ilustram como as ferramentas são distribuídas na aplicação TweetDeck²²:



Figura 1: As três colunas representam, da esquerda para a direita: todos os tweets recebidos, todas as respostas e os assuntos mais comentados/tags mais usadas

¹⁹ Geralmente, quando um assunto é bastante comentado, cria-se uma *hash tag*, palavra-chave para o assunto antecedida do caractere jogo da velha “#”. Ex: #ciberativismo.

²⁰ www.search.twitter.com

²¹ Em artigo do New York Times, Randall Stross afirma: “A busca do Twitter diz: ‘Saiba o que está acontecendo – agora’, mas o banco de dados do Twitter não foi originalmente projetado para ser procurado como a do Google foi.” E completa: “(...) a busca do Twitter é lenta se comparada a sucessão de tweets em tempo real.” (tradução da autora) RANDALL, Stross. Hey, Just a minute (or Why Google isn't Twitter). The New York Times. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2009/06/14/business/14digi.html> Acesso em: 13 de junho de 2009.

²² Opta-se por ilustrar com uma aplicação de desktop porque a página inicial do Twitter não integra todas as ferramentas da plataforma.



Figura 2: Significado dos ícones, da esquerda para a direita: caixa de diálogo, todos os tweets, grupos, busca, responder, mandar mensagem direta, Twitscoop (mostra as os assuntos mais comentados), tempo de atualização.



Figura 3: A seta aponta para o ícone do "Retweet"

Aparentemente, muitos recursos. Mas, se a pergunta é “O que você está fazendo?”, pode-se arguir: qual o grande atrativo? Em que importa às outras pessoas saber que o meu amigo acabou de acordar ou foi dormir bêbado? Para os criadores da ferramenta, “graças ao Twitter, é possível compartilhar mensagens curtas sobre a sua vida e seguir através da Internet as mensagens das pessoas que são importantes para você.”²³. Esta comunicação do trivial foi o uso fundamental previsto pelos fundadores Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone e as demais descrições no site indicam isso:

O quê? O Twitter é um serviço para amigos, família e companheiros de trabalho para se comunicarem e ficarem conectados através da troca de rápidas, frequentes respostas a uma simples pergunta: O que você está fazendo?²⁴

Por quê? Porque até as atualizações básicas são significativas para familiares, amigos ou colegas de trabalho – especialmente se eles estão sem tempo (...) (Fonte: Página do Twitter)

À primeira vista, principalmente aos mais resistentes a ter mais um login, mais um avatar virtual, mais excesso de informação; não parece muito convidativo e até um pouco banal. No entanto, como veremos a no caso estudado, as possibilidades do microblog são tantas quantas os usuários criam.

²³ Trecho do vídeo traduzido, disponível no próprio site.

²⁴ Tradução da autora para: “**What?** Twitter is a service for friends, family, and co-workers to communicate and stay connected through the exchange of quick, frequent answers to one simple question: What are you doing?”

Why? Because even basic updates are meaningful to family members, friends, or colleagues—especially when they’re timely. Eating soup? (...).



Ora, as implicações sociais de uma dada ferramenta dependem das interações entre esta e os seres humanos, assim como o uso da técnica é parte da constituição da humanidade. Não se pode valorar dada tecnologia, pois as relações que estabelece com a sociedade dependem dos usos que ocorrerem. (LEVY, 1998) “(...) a qualidade do processo de apropriação (ou seja, no fundo, a qualidade das relações humanas) em geral é mais importante do que as particularidades sistêmicas das ferramentas, supondo que os dois aspectos sejam separáveis.²⁵”

A pesquisa “Twitter Brasil” realizada pela Bullet²⁶ aponta que a maior parte dos usuários do Twitter no país são *heavy users* da web 2.0. A maioria possui conta em outras redes sociais como blogs, YouTube e Facebook. Em grande parte,

utilizam a ferramenta para acompanhar o que as outras pessoas estão comentando sobre os mais diversos assuntos, para se manter atualizados, trocar conteúdo e também manter contato com seus amigos. São da geração do sharing, a maioria usa o twitter para compartilhar informações e links interessantes. A grande maioria também tem o costume de clicar nos links enviados por outras pessoas. Para eles, o Twitter também serve como uma forma de expressão, compartilham opiniões, críticas e seus pensamentos na ferramenta, mantendo conversações com outras pessoas da rede. (BULLET, 2009)

Recentes reportagens em revistas de circulação nacional²⁷, apontam o emergente uso para a narração do trivial, como indica o argumento inicial do site. Em meio a tantas possibilidades de uso (existentes e ainda a serem exploradas), acredita-se que o caso da campanha contra a lei dos Crimes Cibernéticos e, em nível maior, contra o vigilantismo na Internet aponta modos de apropriação para o ciberativismo, em consonância com as idéias apresentadas até agora.

O CASO DO AI-5 DIGITAL

Recentemente, tomou força no Twitter a campanha contra um projeto de lei apelidado de AI-5 digital. Em tramitação no Congresso, o projeto de autoria do Senador Eduardo Azeredo (PL 84/99) pretende definir diretrizes para a regulamentação de crimes digitais ou cybercrimes. O texto prevê, além de outras medidas

²⁵ LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999. p. 28.

²⁶ Em LÉVY, Opt. Cit.

²⁷ Ver VEJA Opt. Cit. e LEAL, Renata; MARTINS, Ivan. O Twitter vê e mostra tudo. ÉPOCA. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI63823-15228-1,00-O+TWITTER+VE+E+MOSTRA+TUDO.html> Acesso em: 15 de março de 2009.



problemáticas²⁸, que os provedores de Internet devem armazenar os dados dos usuários para, em caso de descumprimento da lei, haverem provas plausíveis do crime.

Adeptos da cultura livre e ativistas da esfera da propriedade intelectual, bem como usuários avançados de tecnologia, vêem na lei Azeredo um dispositivo jurídico ineficaz para os fins a que se propõe. Ao contrário do que aparenta a não-inciados, o armazenamento de do histórico e endereço de IP não impede os grandes crimes como fraude de sistemas bancários. Os crackers²⁹ normalmente conseguem realizar tais proezas sem serem rastreados por este caminho. O grande objetivo da lei seria, então, monitorar o compartilhamento de arquivos (filmes, música, livros) por usuários comuns; prática prejudicial às grandes indústrias do entretenimento.

Este discurso está sendo fortemente propagado via Twitter. Os perfil do Meganão³⁰ e a tag #ai5digital têm sido ferramentas para a divulgação de notícias, artigos e atividades (protestos, abaixo-assinados) relacionados ao tema. Ativistas e evangelizadores do software livre como Sérgio Amadeu (@samadeu³¹), Ivana Bentes (@ivanabentes), Marcelo Branco (@MarceloBranco), além de milhares de pessoas interessadas na temática, publicam e republicam constantemente notícias e artigos sobre propriedade intelectual e cultura digital.

O estabelecimento dessa rede de informações fomentada pela presença de ativistas na plataforma permitiu a mobilização a partir dela. Para lutar contra o vigilantismo na Internet, ou seja, combater a tendência dos governos a controlar e monitorar os usos da web, criou-se o o movimento Meganão³². Com a tramitação do PL Azeredo, o movimento (que se coloca como um meta manifesto) está focado em impedir a concretização do projeto. No Twitter, as ações do meganão começaram a ser divulgadas massivamente. Os Atos contra a lei de Cibercrimes, que têm acontecido por todo o país, tiveram mobilização, além de nas já tradicionais listas de e-mail e blogs, na twittosfera, como mostra a imagem a seguir.

²⁸ Problemáticas do ponto de vista não só de usuários adeptos do livre compartilhamento de arquivos e da cultura livre em geral, mas do ponto de vista do pensamento liberal mais rudimentar, o qual preconiza a preservação das liberdades individuais.

²⁹ Como são chamadas pessoas que invadem sistemas para cometer crimes. Os hackers, ao contrário, são indivíduos os quais estudam dispositivos digitais para obter e compartilhar conhecimento em relação a tecnologia.

³⁰ www.twitter.com/meganao

³¹ A @ indica o caminho para perfis no twitter. Ela equivale a “www.twitter.com/”

³² <http://meganao.wordpress.com/>

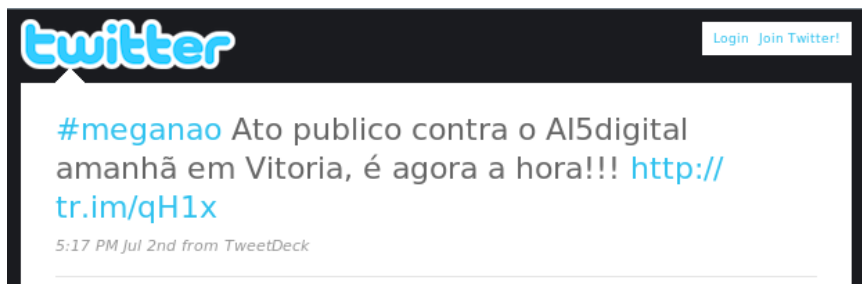


Figura 4 Postagem convocando para Ato Público

Abaixo-assinados contra o projeto conseguiram muitas assinaturas devido³³, também, à divulgação no Twitter. Tais resultados foram possíveis, em boa parte, graças à constante utilização das Tags e da ferramenta Retweet.

ANTI-VIGILANTISMO, MOBILIZAÇÃO E POTENCIAL PUBLICITÁRIO DO RETWEET

Pela descrição breve da ferramenta, precebe-se duas similaridades do Twitter com outras redes sociais: ausência de filtragem das informações e imediatismo. Estas características somam-se com particularidade das plataformas de microblog, crucial para replicação de informações (e, conseqüentemente, para as campanhas) no Twitter: a de encaminhar sem saber a quem se destina.

Por ser de fácil realização, o “encaminhamento” de tweets têm permitido a divulgação deste tipo de ação mesmo por quem não se interessa. O mecanismo é bastante simples: um post sobre o ato chega à página inicial do usuário. Ele lê, processa a informação e, como acontece em muitos casos, reencaminha por achar que pode ser interessante (mesmo que não pra ele). As pessoas que o seguem não necessariamente estão engajadas na discussão, podem nem ter conhecimento da temática, mas, a partir da divulgação, podem se interessar em saber mais. Está tudo ao alcance de mais uma aba no Firefox: basta-se clicar em um eventual link contido na postagem e mais alguém toma conhecimento de determinado fato ou discussão.

Argumentar-se-ia que, se o ponto é o encaminhamento de informação, isto é feito com a mesma eficácia via e-mail. Entretanto, dificilmente usuários encaminham mensagens com tópicos genéricos para os amigos (a não ser, em casos raros, quando a pessoa tem uma linha de interesse bastante definida). Este hábito é, sim, comum para as listas de e-mail. Nestes casos, porém, as regras de cada grupo geralmente

³³@caribe postou : somente em 10/07/2008, a petição contra o AI-5 digital teve 10872 assinaturas, sob a tag #meganao. Isto em um dia de divulgação.



desaconselham o envio de mensagens que destoem do tópico principal da lista. Nenhum usuário manda mensagens sobre vegetarianismo para a lista de sua turma da faculdade. Ou seja: a informação relativa a determinado tema circula, no máximo, entre listas de temas convergentes, formadas por pessoas já familiarizadas com as discussões.

No Twitter, o compartilhamento indiscriminado não só ocorre como não é desencorajado. Afinal de contas, o usuário escolhe as pessoas que segue. Ademais, em um retweet recebido têm-se, além da informação a ser passada, o link para o perfil da fonte da informação. Nestes casos, entre as reações possíveis do usuário, ele pode passar a seguir a fonte citada (e, assim, ter atualizações contantes sobre determinado tema) ou responder a quem enviou o post. Os possíveis desencadeamentos deste processo são infinitos, mas pode ser dito que, através de tags e retweets, estão sendo formadas redes de informação e troca de idéias em constante ampliação, cujas possibilidades parecem indefiníveis e ainda em grande parte inexploradas. Cada retweet é como ter em cada seguidor um potencial publicizador da informação enviada. O número de possíveis receptores (e novos divulgadores) de um post, matematicamente falando, tende ao infinito.

No exemplo das campanhas do #meganao e do tema #ai5digital, continuam se desenvolvendo a discussão e a mobilização, as quais podem adquirir (e adquirem) mais adeptos e/ou conhecedores diariamente a partir da atividade twitteriana. A atuação dos twitteiros ajuda nas mobilizações para as campanhas de pressão sobre o Senado. Da mesma forma que as listas de e-mail e os blogs, o Twitter tem sido uma ferramenta para a divulgação dos discursos anti-vigilantistas e de contestação das posturas do Estado em relação às culturas livre e digital.

O exemplo da figura 5 demonstra a utilização de apenas um post para praticar, ao mesmo tempo, a mobilização para as ruas e a divulgação dos discursos causadores da ação direta, através do encaminhamento (retweet) de informação publicada por outro usuário.



Figura 5 Chamada para Ato Público da campanha do Meganão

A simultaneidade no envio das mensagens indica semelhanças com a técnica usada em mobilizações pelo Twitter e a utilizada, por exemplo, em Seattle, onde manifestantes enviavam-se mensagens de texto para organizar fechamentos de rua em locais estratégicos previamente combinados. (RHEINGOLD, 2008) Claro, o caráter os protestos ocorridos em 1999 eram, ao contrário do ativismo contra a lei Azeredo, de caráter anti-governamental. Mas, novamente, os mecanismos utilizados são semelhantes: mensagens instantâneas de convocação para atos públicos.

Observa-se também a divulgação do Manifesto da Cultura Livre. Ao mesmo tempo em que divulga o ato, o emissor propaga as idéias que inspiram a realização dele. No exemplo, põe-se em prática a uma das duas formas de ativismo apontada por Ugarte (2007) e já citadas acima, através do estímulo ao debate distribuído.

O terceiro ponto observado é a presença do retweet. A informação não foi publicada originalmente pelo autor da postagem dada, e sim recebido e repassado para todos os seguidores do destinatário. A extrapolação deste mecanismo é quando o número de retweets obriga o destinatário (e futuro emissor da informação) e retirar todas as fontes para acrescentar um “via.”

Ainda como ferramenta auxiliar à campanha (e ao ciberativismo) no microblog, a figura 5 mostra a hash tag #meganao. A busca temática é possível, como citado acima, principalmente pelas ferramentas desktop e pela busca no site do Twitter. Existem ainda outros mecanismos de busca, como o site de busca das tags ilustrado abaixo.

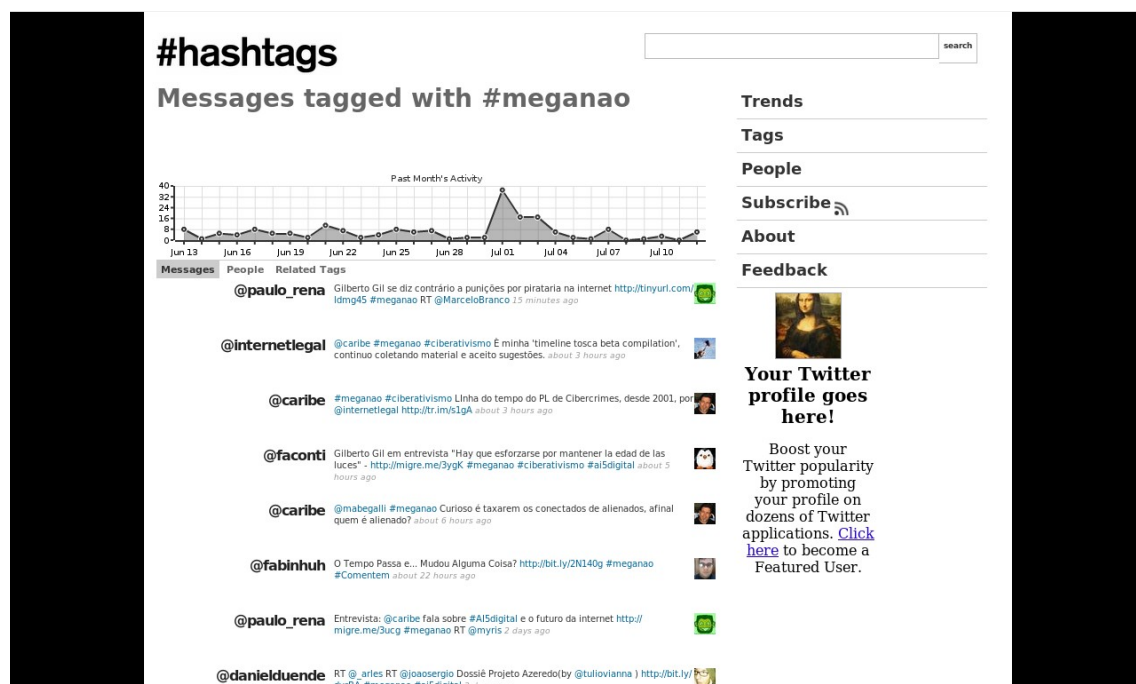


Figura 6 Do site hashtags.org, busca pela tag #meganao

A grande vantagem de utilizá-las para fins de campanhas como a do Meganão é, além da indexação do conteúdo, a mensuração do grau de comentários sobre o tema (perceba que na parte superior da figura, há um gráfico com a aferição do uso da tag ao longo dos meses). Além disso, se ocorrer de a tag ficar entre as mais comentadas, cumpre-se um uso publicitário do Twitter (pois, em geral, um tópico comentado, por aparecer na coluna lateral do site ou no aplicativo de desktop, fica mais visado).

Até a conclusão do deste trabalho, o PL Azeredo ainda estava tramitando, portanto resultados de toda esta discussão e das mobilizações no digital (e, no caso, conectadas com a realidade física) ainda estão indefinidos. No entanto, independente deles e apesar de existirem críticas à movimentação tardia no caso do AI-5 digital, entende-se que este é, até agora, o exemplo mais emblemático de materialização do ciberativismo em plataformas de microblog no Brasil.

Além disso, percebe-se, pela análise das mobilizações realizadas, indicativos no nanoblog de mecanismos são consonantes com o que, segundo Ugarte (2007), são as três vias nas quais o ciberativismo se apóia hoje. Para ele, fundamental para as atuais formas de ciberativismo o discurso, as ferramentas e a visibilidade.

Os discursos do ativismo atual o definem como “hacking social”. Ou seja, os discursos sustentados devem levar ao emponderamento das pessoas para a concretização do “faça você mesmo” presente na ética hacker. Da mesma forma, as ferramentas devem ser desenvolvidas para que haja a apropriação delas pelos indivíduos. A visibilidade, neste contexto, é algo pelo qual se tem que lutar permanentemente, pois é a partir dela que as idéias se propagam.

Em plataformas de microblog como o Twitter, pela ilustração do caso analisado, observa-se uma ferramenta passível de ser utilizada autonomamente por cada usuário e na qual é possível a propagação constante de idéias. Por este conceito, a tecnologia adequada para os usos do ativismo na internet.

DAS LIMITAÇÕES E DO NÃO DESLUMBRE

Apesar das indicações de uma poderosa ferramenta de comunicação (e de comunicação para o ativismo), precisa-se fazer algumas ponderações em relação aos limites do microblog e de suas potencialidades para os usos aqui investigados.



Lembra-se que, apesar de em constante crescimento no país (Bullet, 2009), o Twitter ainda é conhecido por poucos. Mesmo que se chegue aos níveis de familiaridade alcançados por redes sociais como o Orkut, não se pode assegurar uma apropriação profunda da ferramenta. Grande parte das novas tecnologias, inclusive, chega mais ao nível da familiaridade que do entendimento profundo de suas funcionalidades. Por se tratar de uma plataforma nova, afirmar que o Twitter será uma rede social extremamente utilizada é arriscado. Não obstante, é necessário estudá-la e entendê-la, até para que se observe o desenvolvimento de uma ferramenta de mídia.

Em termos de usos para o ciberativismo e, em maior nível, para um processo de construção de uma renovada organização social, a ferramenta tem sim potencialidade para divulgação rápida e de grande alcance na rede, mas, considerando o persistente problema do acesso ainda restrito aos meios digitais, há de se pensar em mecanismos além da Internet quando se fala em usar a tecnologia para ajudar a fomentar transformações quaisquer na sociedade.

REFERÊNCIAS

ITO, Joichi. In: LEBKOWSKY, Jon; RATCLIFFE, Mitch. **Extreme Democracy**. Lulu.com. Junho de 2005. Disponível em:

http://www.extremedemocracy.com/archives/2004/08/chapter_1_emerg.html

LEAL, Renata; MARTINS, Ivan. O Twitter vê e mostra tudo. ÉPOCA. Disponível em:

<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI63823-15228-1,00-O+TWITTER+VE+E+MOSTRA+TUDO.html> Acesso em: 15 de março de 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999. p. 28.

PAJNIK, Mojca.; DOWNING, John D.H. (ed.). **Alternative Media and the politics of resistance: perspectives and challenges**. Ljubjana: Peace Institute, 2008.

RANDALL, Stross. Hey, Just a minute (or Why Google isn't Twitter. The New York Times. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2009/06/14/business/14digi.html> Acesso em: 13 de junho de 2009.

RAYMOND, Eric Steven; **The Cathedral & the Bazaar**. O'Reilly, 1999.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Comunidades em Redes Sociais na Internet**: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com. Porto Alegre: UFRGS, 2006. 334 p. Tese (Doutorado) –



Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

RHEINGOLD, Howard. Disponível. Mobile Media and Political Collective Action. In: **Handbook of Mobile Communication Studies**. KATZ, James E. (editor). MIT Press, 2008. Disponível em: www.rheingold.com/texts/PoliticalSmartMobs.pdf

RHEINGOLD, Howard. From the Screen to the Streets. In: LEBKOWSKY, Jon; RATCLIFFE, Mitch. **Extreme Democracy**. Lulu.com. Junho de 2005. Disponível em: http://www.extremedemocracy.com/archives/2004/08/7_from_the_scre.html

SCHELP, Diogo. Nos laços (fracos) da internet. **Veja**, São Paulo, Edição 2120, p. 94, 8 de julho de 2009.

TWITTER BRASIL. Pesquisa realizada pela **Bullet**. 2009. Disponível em: www.scribd.com/doc/16042227/Twitter-no-Brasil

UGARTE, David de. **El poder de las redes..** 2007. Disponível em: http://www.deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf