



## **O retuitar enquanto mobilização da opinião pública: uma breve análise do caso**

**‘@gaybrasil’ versus ‘@simhomofobia’ no twitter.**<sup>1</sup>

Haroldo França Rebouças Neto<sup>2</sup>

Leandro Oliveira Ferreira<sup>3</sup>

Marcus Vinícius Cavalcante Leite<sup>4</sup>

### **Resumo**

O Twitter é um microblog, uma rede social que oferece um espaço de no máximo 140 caracteres para a publicação de mensagens através da web ou celular. A ferramenta é um suporte, hoje, para a circulação e disseminação de informações com caráter jornalístico ou não. A ferramenta Twitter possibilita que os usuários desenvolvam uma melhor maneira de se comunicar e a partir disto foram criadas algumas formas de melhor interagir no Twitter, e uma delas é o retuitar (RT). Este artigo visa compreender como o retuitar, dentro do Twitter, contribui no processo de mobilização da opinião pública e como ela pode concretizar-se de fato, partindo do caso onde o perfil ‘@gaybrasil’ conseguiu, através da retuitagem e mobilização, denunciar e excluir o perfil ‘@simhomofobia’ da rede social.

**Palavras chave:** Twitter, Opinião Pública, Mobilização

### **Introdução**

O homem possui necessidade de comunicar-se e interagir desde os tempos remotos e durante sua trajetória desenvolveu diversas formas e meios de comunicação e interação: gestos, sons, fala, escrita, papel, imprensa, livros, jornais, telefone, rádio, televisão até chegarmos na internet, seus multimeios e metaremixagem.

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação..

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Pará, em 2009. E-mail: [haroldo.com@gmail.com](mailto:haroldo.com@gmail.com).

<sup>3</sup> Graduando do 7º semestre de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade da Amazônia (Unama). E-mail: [leoliveira.jornalismo@gmail.com](mailto:leoliveira.jornalismo@gmail.com).

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Mestre em Planejamento e Desenvolvimento pela Universidade Federal do Pará (UFPA) e professor do curso de Comunicação Social da Universidade da Amazônia (Unama)



Na web, observa-se uma proliferação de suportes e uma gama de espaços comunicacionais nos quais se pode realizar trocas de informações e mobilização; e estes diferentes formatos possibilitam inúmeras formas de apropriação e utilização, na medida em que apresentam especificidades que devem ser levadas em conta no momento da produção, distribuição e interação de conteúdos.

Partindo disto, este trabalho tem por objetivo traçar considerações acerca da ferramenta Twitter, uma rede social em formato de *microblog* que acredito ser a vanguarda mundial na produção de conteúdos jornalísticos e pessoais; e mais especificamente o ato de ‘retuitagem’ no Twitter, que é o tomar para si a consideração, opinião ou conteúdo de outro (citando a fonte originária) e disseminá-la para seus seguidores, manifestando assim a sua opinião, e tornando pública através do ato de concordar com o outro e tomar a opinião original para si.

Para isto, utilizaremos um caso em que a opinião de certo grupo de usuários do microblog foi manifestada e mobilizada através do retuitar, e conseguiu impor suas reivindicações efetivamente dentro do Twitter. Isso se deu quando o perfil ‘@gaybrasil’ pediu para que todos aqueles que o seguiam manifestassem sua indignação por conta da criação do perfil ‘@simhomofobia’, e dessem RT (que na linguagem própria do Twitter significa o retuitar) na mensagem que pedia a denúncia deste perfil. Dentro de um dia a administração do microblog retirou o perfil preconceituoso de circulação e a mensagem foi transmitida a centenas de pessoas do Brasil e mundo afora.

### **O que é o Twitter? Como lidar?**

O modelo de comunicação todos para todos (LÉVY, 1999), da web, traz a possibilidade de que, ao menos em tese, qualquer pessoa possa produzir e publicar conteúdo em rede. Partindo disto, o Twitter é a forma mais eficaz e moderna da prática de interação proposta pela Web 2.0<sup>4</sup>. Neste propósito de interagir com a informação, que são produzidas de formas cada vez mais rápidas e necessitam de divulgação imediata, os usuários das novas mídias estão ainda mais exigentes na busca por interagir com as informações. Assim sendo, o Twitter pode ser visto como uma ferramenta para solucionar estas necessidades, como afirma Seixas (2009, p. 45 apud RUFINO, 2009):

---

<sup>4</sup> Para melhor entender web 2.0: <http://web2.0br.com.br/conceito-web20/>



O Twitter foi o precursor, aquele que definiu o conceito, as novas possibilidades e a nova forma de irrigar o mundo com conteúdo. Permitiu que uma verdadeira legião de programas, sites e mash-ups pudessem proporcionar formas diferentes de publicar e interagir com a quantidade colossal de mini-conteúdos já disponível nesse pequeno, e crescente, universo. Já se percebe que ao redor dessa plataforma se forma uma economia própria, onde ela própria é o início e o fim, o meio e o objetivo.

O Twitter nada mais é do que um site que contempla rede social e microblog. Criado em 2006, surge como serviço interno da mesma empresa que criou o ‘Blogger’ e popularizou os blogs nos anos 2000, a Obvious. No mesmo ano foi lançado para o grande público e em abril de 2007, tornou-se uma empresa separada com o nome de Twitter, Inc. O microblog pode ser considerado uma espécie de “blog simplificado”, na medida em que possui os mesmos recursos do formato blog de uma forma mais simples, e a sua principal diferença se dá no fato de que as atualizações possuem limitação de tamanho, não podendo ultrapassar o limite máximo de 140 caracteres; aproximando-se assim das mensagens SMS de celular, que possui o mesmo número máximo de palavras.

A criação do Twitter tinha o objetivo inicial de integrar pessoas próximas – amigos, familiares, colegas de trabalho – num serviço que possibilitasse a comunicação e conexão entre elas, através da troca de mensagens rápidas que respondessem a uma simples pergunta: o que você está fazendo? Estudos comprovaram que a grande maioria das pessoas não respondia a esta indagação, então, em resposta, a interface do Twitter mudou e agora se afirma como um lugar onde se pode acompanhar o que está acontecendo no mundo em tempo real, respondendo agora a outra pergunta: O que está acontecendo?

As atualizações curtas permitem uma maior portabilidade de informações. Dada a versatilidade do produto, o microblog pode ser atualizado a partir de diversas ferramentas, inclusive por dispositivos móveis como o celular (por SMS ou web móvel), mensageiros instantâneos ou web convencional. Talvez isto explique seu sucesso, pois mesmo que o número de caracteres seja limitado, é possível inserir *links* para mostrar na íntegra tudo o que se deseja, e mesmo que isto seja muito extenso em número de caracteres, há ferramentas disponíveis para redução deste.

É importante ressaltar que o Twitter também é uma rede social, porém não nos moldes convencionais como o Orkut e Facebook<sup>5</sup>. Dentro do Twitter as pessoas

---

<sup>5</sup> [www.orkut.com](http://www.orkut.com) e [www.facebook.com](http://www.facebook.com)



reafirmam laços já existentes e criam novas conexões, porém, as redes sociais já existiam fora do ciberespaço, que as potencializou pelas facilidades comunicativas que este ofereceu.

O princípio inicial do Twitter, em sua funcionalidade, se dá através do mecanismo *follow* (seguir). Ao escolher um perfil para seguir e assim receber postagens, o usuário passa a dispor de ferramentas de interação: o *reply* (resposta pública a uma postagem, como um comentário de um blog que não passa por aprovação prévia), a *direct message* (mensagem direta e particular) e o *retweet* (republicação de uma mensagem). E é neste retweet que o artigo quer focar.

### **O retweet, que virou o retuitar, ou RT para os íntimos**

Dentre os três recursos de interação do Twitter, o retweet (que para os de língua portuguesa torna-se retuitar, e na linguagem do Twitter é RT) é o mecanismo responsável pela disseminação de links e mensagens, pois permite a ponte entre redes diferentes. O retuitar nada mais é do que receber uma postagem e republicá-la em sua própria rede, tomando as opiniões emitidas pelo retransmissor suas, mas citando a fonte original. A dimensão que um retweet pode tomar é grande, pois a mensagem pode ser retuitada por várias pessoas que repassam o conteúdo para as pessoas da sua rede, e estas estão em outras redes, num processo de multiplicação intenso e rápido.

Até pouco tempo atrás o retuitar era feito de forma ‘artesanal’ e foi sendo desenvolvido pelos próprios usuários: o corpo da mensagem era copiado e colado no local de postagens, e antes dele acrescentava-se o link de quem postou originalmente e a sigla RT. Os *retweets* podem ser utilizados de diversas maneiras (ver anexos), e para fins pessoais, jornalísticos ou de conteúdo aleatório, e as diversas maneiras em que ele se apresenta.

Em seu blog, Alex Primo (2009) expõe algumas implicações acerca do retuitar, afirmando que

logo, um simples retweet pode não apenas ampliar o alcance de uma informação, mas também criar novas conexões, motivar debates a partir de uma perspectiva diferente, e até mesmo gerar uma ação coletiva em rede.



Partindo disto, analisaremos um caso recente em que houve uma mobilização gerada através da retuitagem no Twitter, que provocou uma ação quase que imediata e providências foram tomadas: o caso do perfil ‘gaybrasil’ versus o ‘simhomofobia’.

### **Quem, porque e razão de ser o ‘@gaybrasil’**

O perfil ‘@gaybrasil’ foi criado em março de 2009, quando o Twitter ainda engatinhava no Brasil, e um jovem de 23 anos resolveu ‘garantir’ este nome, gaybrasil, para que nenhum homofóbico tentasse utilizá-lo de forma preconceituosa. A intenção seria reservá-lo para que alguma entidade (ONG, coletivo, grupo, etc.) pudesse desenvolver um trabalho interessante via Twitter, só que felizmente este nome não foi repassado para os tais.

Quem me relata isto é o nome por trás do perfil, Thiago Chiaremonti, um produtor cultural da cidade de Campinas que se considera um militante tímido das causas LGBT por não atuar diretamente na frente de luta pelos direitos destes, mas faz sua parte através do Twitter, sorrateiramente.

O perfil é atualizado somente por seu criador e não possui lucro algum, portanto não trabalha com nenhum tipo de publicidade, e o que faz é simplesmente uma clipagem minuciosa de tudo o que é veiculado jornalisticamente e interessa ao mundo gay e expor aos seus seguidores, quase nunca emitindo opinião acerca de tudo o que é abordado. Thiago relata que faz a clipagem das notícias de várias formas, mas que a ferramenta *Google Notícias*<sup>6</sup> o ajuda bastante, pois faz uma clipagem automática de tudo que interessa; daí ele faz a seleção do que é mais importante e relevante e publica conforme o dia e horário. O conteúdo é variado, e mescla notícias envolvendo militância, música, entretenimento, política e cultura gay em geral.

O pico de participação no twitter, calculado pelo próprio Thiago, são de 11 às 12 horas, 14 às 15 e 19 às 21; e é neste horário que ele costuma postar assuntos mais relevantes e que gerem uma certa mobilização. Recentemente ele foi um dos maiores entusiastas dentre os internautas para que a população votasse na enquete acerca da PLC 122/06 que criminaliza a homofobia.

---

<sup>6</sup> <http://news.google.com.br/>



O perfil ‘@gaybrasil’ hoje conta com mais de 13 mil seguidores, é um dos perfis mais seguidos no Brasil.

### **@gaybrasil versus @simhomofobia: uma conquista da mobilização**

Em setembro de 2009, um perfil foi criado no Twitter com o nome de ‘@simhomofobia’. Este perfil trazia em suas postagens um conteúdo homofóbico ofensivo, de caráter intimidador e preconceituoso. Não se sabe até hoje de quem era a conta.

O conteúdo deste perfil chegou até o conhecimento do Thiago (gaybrasil) e a partir de então ele mobilizou centenas de pessoas até este perfil ser excluído. Este fato é um dos sucessos de mobilização via Twitter através do retuitar: o perfil foi excluído em um dia. E isto é manifestação da opinião pública sendo concretizada.

Quando tomou conhecimento do fato, a mensagem deixada pelo perfil ‘gaybrasil’ era no intuito de que as pessoas de bem, que acreditam nos direitos humanos de fato retuitassem a mensagem e denunciassem o perfil preconceituoso à administração do twitter. Esta mensagem, segundo Thiago Chiaremonti, foi retuitada por centenas de pessoas, inclusive outros perfis de grande visibilidade no twitter, como Hugo Gloss, Bárbara Garcia, Tico Santa Cruz, que é vocalista de uma famosa banda de rock no Brasil, Marcelo Tas, jornalista que comanda um dos programas mais populares da televisão brasileira hoje; e até políticos influentes, como o governador do estado de São Paulo José Serra.

As centenas de pessoas que retuitaram, partindo diretamente do ‘gaybrasil’ ou não, são entusiastas da causa LGBT. Gays, lésbicas e simpatizantes em geral, pessoas minimamente esclarecidas e que, no twitter, expressaram-se concordando com um modelo de sociedade que não tolera a homofobia. A mobilização partiu de uma base que já fomenta discussões e é declaradamente entusiasta da causa LGBT e quem retuitou possui, sim, identificações com o grupo de referência, que neste caso, é a comunidade LGBT.

Isto se enquadra nos padrões sobre o que é a opinião pública, defendida por Sartori (1994, pág. 32, apud CERVI):



As opiniões não são inatas, nem surgem do nada. A questão “o que é opinião pública?” é melhor respondida através de três processos e na seguinte ordem: (a) a disseminação de opiniões a partir de níveis da elite; (b) o borbulhar de opiniões a partir das bases; e (c) identificações com os grupos de referência.

O fato é que houve a vitória deste modelo, e a comprovação de que o retuitar, dentro do twitter, é uma poderosa forma de fomento e mobilização da opinião.

## Conclusão

O twitter é, definitivamente, o melhor exemplo do modelo colaborativo da web 2.0 e do modelo de comunicação todos para todos proposto por Pierre Lévy. E dentro dele há o retuitar, que dentre as suas ferramentas, é a mais emblemática.

O RT, com duas simples palavras, pode levar opinião, mobilizar, discutir e tomar grandes proporções. É possível sim uma mobilização através do retuitar, assim como também é possível publicar opiniões através dele.

## Referências Bibliográficas

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

AGUIAR, Laiza. PAIVA, Cláudio. **Twitter, Celulares e Jornalismo: Mídias móveis no processo informativo**. Disponível em [http://scholar.google.com.br/scholar?start=20&q=Twitter,+celulares+e+jornalismo&hl=pt-BR&as\\_sdt=2000](http://scholar.google.com.br/scholar?start=20&q=Twitter,+celulares+e+jornalismo&hl=pt-BR&as_sdt=2000). Acesso em 05 de dezembro de 2009.

RUFINO, Airtiane. **Twitter: A transformação na Comunicação e no Acesso as informações**. Disponível em [www.nead.unama.br](http://www.nead.unama.br). Acesso em 2 de dezembro de 2009

CERVI, Emerson. **Opinião Pública e Política no Brasil**. Disponível em: [http://scholar.google.com.br/scholar?hl=ptBR&q=opini%C3%A3o+p%C3%ABblica+e+pol%C3%ADtica+brasil&btnG=Pesquisar&lr=&as\\_ylo=](http://scholar.google.com.br/scholar?hl=ptBR&q=opini%C3%A3o+p%C3%ABblica+e+pol%C3%ADtica+brasil&btnG=Pesquisar&lr=&as_ylo=). Acesso em 7 de dezembro de 2009



ZAGO, Gabriela. **O Twitter como suporte para produção e difusão de conteúdos jornalísticos.** Disponível em: [http://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&q=twitter+suporte+produ%C3%A7%C3%A3o+conte%C3%BAdos+jornal%C3%ADsticos&btnG=Pesquisar&lr=&as\\_ylo](http://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&q=twitter+suporte+produ%C3%A7%C3%A3o+conte%C3%BAdos+jornal%C3%ADsticos&btnG=Pesquisar&lr=&as_ylo) Acesso em 6 de dezembro de 2009.

PRIMO, Alex. **Dossiê Alex Primo** (blog). Disponível em: [HTTP://www.interney.net/blogs/alexprimo/2009/04/06/o\\_poder\\_do\\_retweet\\_em\\_redes\\_sociais/](HTTP://www.interney.net/blogs/alexprimo/2009/04/06/o_poder_do_retweet_em_redes_sociais/) Acesso em 30 de novembro de 2009.

Entrevista com Thiago Chiaremonti, dono do perfil gaybrasil do twitter, através de e-mail, no dia 18 de novembro de 2009.



## ANEXOS



Figura: Exemplo de retuitar através de citação do autor original no fim da frase.  
Fonte: <www.twitter.com>



Figura 1: Exemplo de retuitar através de da sigra RT seguida do link do autor da frase original, e depois o texto.  
Fonte: <www.twitter.com>



Figura 2: Exemplo de Retuitar através da ferramenta Retweeted, criada recentemente pela empresa que administra o twitter.

Fonte: <www.twitter.com>



## Real-time results for **rt @gaybrasil**

+ Save this search



**djalepeixoto** RT **@festimada** RT **@gaybrasil** Projeto que criminaliza homofobia está na pauta da Comissão de Direitos Humanos essa semana <http://migre.me> ...  
about 18 hours ago from web



**festimada** RT **@gaybrasil** Projeto que criminaliza homofobia está na pauta da Comissão de Direitos Humanos essa semana <http://migre.me/dxlm>  
about 18 hours ago from web



**lla\_lee** RT **@gaybrasil** Projeto que criminaliza homofobia está na pauta da Comissão de Direitos Humanos essa semana <http://migre.me/dxlm>  
1 day ago from HootSuite



**cadeonick** RT **@gaybrasil**: Igreja de Pernambuco quer anular casamento gay por engano <http://migre.me/dxMd>  
1 day ago from web



**quiquemonnerat** RT **@gaybrasil**: Igreja de Pernambuco quer anular casamento gay por engano <http://migre.me/dxMd>  
1 day ago from web



**addlinksblog** RT **@gaybrasil**: Palestino processa Cohen por calúnia em 'Brüno' <http://migre.me/dyja>  
1 day ago from web



**souminha** RT **@gaybrasil**: Palestino processa Cohen por calúnia em 'Brüno' <http://migre.me/dyja>  
1 day ago from web

Figura 3: Exemplos do que é retuitado a partir do perfil @gaybrasil  
Fonte: <www.twitter.com>