

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA – UEPG
Programa de Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas

MARCOS FRANCISCO SOARES FERREIRA

**O USO DO TWITTER NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NO BRASIL EM
2010**

PONTA GROSSA
2012

MARCOS FRANCISCO SOARES FERREIRA

**O USO DO TWITTER NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS
NO BRASIL EM 2010**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais Aplicadas, defesa apresentada ao Programa de Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas, na linha História, Cultura e Cidadania pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

Orientadora: Dr^a. Jussara Ayres Bourguignon

Co-Orientador: Dr. Emerson Urizzi Cervi

PONTA GROSSA
2012

Ficha Catalográfica Elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação BICEN/UEPG

F383u

Ferreira, Marcos Francisco Soares

O uso do twitter nas eleições presidenciais no Brasil em 2010 /
Marcos Francisco Soares Ferreira. Ponta Grossa, 2012.
94 f.

Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas –
linha de pesquisa : história, cultura e cidadania), Universidade
Estadual de Ponta Grossa.

Orientador: Profa. Dra. Jussara Ayres Bourguignon.

Coorientador: Prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi.

1. Redes sociais – twitter. 2. Campanhas eleitorais on-line. 3.
Eleições. I. Bourguignon, Jussara Ayres. II. Cervi, Emerson Urizzi.
III. Universidade Estadual de Ponta Grossa. Mestrado em Ciências
Sociais Aplicadas. III. T.

CDD: 302.231

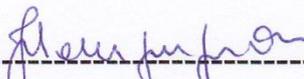
TERMO DE APROVAÇÃO

MARCOS FRANCISCO SOARES FERREIRA

“O USO DO TWITTER NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NO BRASIL EM 2010”

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa, pela seguinte banca examinadora:

Assinatura pelos Membros da Banca:



Dra. Jussara Ayres Bourguignon - (UEPG) – Presidente



Dra. Kelly Cristina de Souza Prudencio – (UFPR)



Dra. Danuta Estrufika Cantóia Luiz – (UEPG)

Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Jr. - (UEPG) – Suplente

Aos meus pais, Francisco e Regina, pela vida.

AGRADECIMENTOS

A Professora Doutora Jussara Ayres Bourguignon, minha orientadora nessa jornada do mestrado, que com sua competência, gentileza e domínio do ofício, divide comigo este trabalho e essa caminhada acadêmica.

Ao Professor Doutor Emerson Urizzi Cervi e a Professora Doutora Maria Lúcia Becker, pelas importantes contribuições.

Aos professores Danuta Estrufica Cantoia Luiz, Kelly Cristina de Souza Prudêncio e Constantino Ribeiro de Souza Junior, pelas orientações nas bancas de qualificação e defesa.

A Capes, a Universidade Estadual de Ponta Grossa e seu Programa de Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas, pelo apoio e acolhida.

Aos colegas de Mestrado, Professores e Alunos e Funcionários da UEPG, companheiros de jornada.

A Maristela, pelo amor e carinho.

RESUMO

O presente trabalho de dissertação de mestrado tem como objeto de estudo “O uso do Twitter nas eleições presidenciais de 2010.” Apresenta como objetivos principais: 1) Analisar o Twitter como ferramenta de comunicação nas eleições. 2) Identificar o uso do Twitter pelos três principais candidatos a presidência da república no Brasil nas eleições presidenciais em 2010.

Trata-se de uma pesquisa exploratória, que sistematiza dados empíricos coletados diretamente do Twitter dos candidatos pesquisados. Para isto foram coletados todos os tweets dos três candidatos pesquisados: Dilma Rouseff, Marina Silva e José Serra, publicados entre 06/07/2010 e 06/11/2010.

Os resultados da pesquisa foram organizados em três capítulos, sendo que o primeiro trata da democracia, esfera pública e eleições, o segundo aborda as eleições no Brasil e o terceiro capítulo apresenta o uso do Twitter nas eleições presidenciais no Brasil.

Palavras chave – Twitter, Eleições, Campanhas Eleitorais On-line

ABSTRACT

The work of this dissertation has as its object of study "The use of Twitter in the 2010 presidential elections." It has as main objectives: 1) Analyze Twitter as a communication tool in the elections. 2) Identify the use of Twitter by the three main candidates for presidency of the republic in the presidential elections in Brazil in 2010.

This is an exploratory research, which systematizes the empirical data collected directly from Twitter candidates surveyed. To that end, we collected all the tweets of the three candidates surveyed: Dilma Roussef, Marina Silva and Jose Serra, published between 06/07/2010 and 06/11/2010.

The survey results were organized into three chapters, the first of which is democracy, elections and public sphere, the second discusses the elections in Brazil and the third chapter presents the use of Twitter in the presidential elections in Brazil.

Keywords - Twitter, Elections, Election Campaign Online

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1.1: Tela de consulta sobre a palavra democracia, no Twitter.	32
FIGURA 3.1: Primeiro desenho do Twitter.....	54
FIGURA 3.2: Tela do primeiro tweet	55
FIGURA 3.3: Tela do twtr, primeira versão do Twitter.....	56
FIGURA 3.4: Interface do Twitter no período da pesquisa.....	58
FIGURA 3.5: Resposta do Twitter às perguntas iniciais	63
FIGURA 3.6: Site da Candidata Marina Silva.....	80

LISTA DE TABELAS

Tabela 3.1 Total de tweets coletados no período de 06/07/2010 até 06/11/2010, enviados pelos candidatos Dilma, Marina e Serra.....	72
Tabela 3.2 Total de tweets coletados no período de 06/07/2010 até 06/11/2010, enviados pelos candidatos Dilma, Marina e Serra, separados por categoria – Agenda / Notícias de campanha.....	73
Tabela 3.3 Total de tweets coletados no período de 06/07/2010 até 06/11/2010, enviados pelos candidatos Dilma, Marina e Serra, separados por categoria – Mensagens / Comentários / Respostas.....	74
Tabela 3.4 Total de tweets coletados no período de 06/07/2010 até 06/11/2010, enviados pelos candidatos Dilma, Marina e Serra, separados por categoria – Plano de governo – posicionamento político/ideológico.....	76
Tabela 3.5 Total de tweets coletados no período de 06/07/2010 até 06/11/2010, enviados pelos candidatos Dilma, Marina e Serra, separados por categoria – Saudações de início ou final de uso no Twitter.....	77

LISTA DE QUADROS

QUADRO 2.1: candidaturas consideradas aptas pelo tribunal superior eleitoral.....	49
QUADRO 2.2: Biografia e endereço eletrônico dos candidatos.....	51
QUADRO 3.1: Legenda dos gráficos dos institutos de pesquisa.....	65
QUADRO 3.2: Primeiro tweet dos candidatos dentro do período de coleta dos dados	68
QUADRO 3.3: Modelo da tabela dos dados já convertida em planilha.	69
QUADRO 3.4: Tabela de coleta dos dados modificada.....	70
QUADRO 3.5: Planilha de coleta dos dados modificada.....	71

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 3.1: Pesquisa de intenção de voto – Datafolha.....	66
GRÁFICO 3.2: Pesquisa de intenção de voto – Ibope.....	66
GRÁFICO 3.3: Pesquisa de intenção de voto – Sensus.....	67
GRÁFICO 3.4: Pesquisa de intenção de voto - Vox Populi.....	67

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO 1 – DEMOCRACIA, ESFERA PÚBLICA E INTERNET	22
1.1 Reflexões sobre a concepção de Democracia e Esfera Pública ..	23
1.2 Internet e Redes Sociais	34
CAPÍTULO 2 – O TWITTER E AS ELEIÇÕES NO BRASIL EM 2010.....	39
2.1 As mudanças nas relações entre representantes e represen- tados com as novas tecnologias.....	40
2.2 O Cenário eleitoral e as eleições presidenciais no Brasil em 2010.....	43
CAPÍTULO 3 - O USO DO TWITTER NAS ELEIÇÕES NO BRASIL.....	53
3.1 Histórico do Twitter.....	54
3.2 Interface, ambiente e principais conceitos do Twitter	57
3.3 O Twitter	61
3.4 O percurso metodológico	62
3.5 Conteúdos das mensagens	71
3.6 Que resultado isso trouxe para o modo dos candidatos se rela- cionarem com a sociedade no contexto eleitoral.....	82
3.7 Conclusão	86
Referências:.....	90

Cérebro eletrônico: o que sei é tão pouco

Decididamente estou precisando ir ao médico e pedir um remédio contra falta de memória. Ou melhor, uma amiga já me deu dois vidros de umas pílulas vermelhas contra falta de memória mas é exatamente minha falta de memória que me faz esquecer de tomá-las. Isso parece velha anedota, mas é verdade.

Tudo isso vem a propósito de eu simplesmente não me lembrar quem me explicou sobre o cérebro eletrônico. E mais: tenho em mãos agora mesmo uma fita de papel cheia de buraquinhos retangulares e essa fita é exatamente a da memória do cérebro eletrônico. Cérebro eletrônico: a máquina computadora poupa gente. Os dados da pessoa ou do fato estão registrados na linguagem do computador (furos em cartões ou fitas). Daí vão para a memória: que é outro órgão computador (outra máquina) onde os dados ficam guardados até serem pedidos.

Partindo deste princípio, chegamos ao definidor eletrônico: a partir de um desenho feito em um papel magnético a máquina (ou o cérebro) pode reproduzir em matéria de desenho. Isto é: entra o desenho e sai o objeto (cibernética, etc.) Há a experiência plástica, visual e também literária da reprodução (número e quantidade). A sensação é de apoio para o homem. Compensação do erro. Há possibilidade de você lidar com uma máquina e seus sensores como a gente gostaria de lidar com nosso cérebro (e nossos sensores), fora da gente mesmo e numa função perfeita.

Bem. Acabo de dizer tudo, mas mesmo tudo, o que sei a respeito do cérebro eletrônico. Devo inclusive ter comedido vários erros, sem falar nas lacunas que, se fossem preenchidas, esclareceriam melhor o problema todo.

Peço a quem de direito que me escreva explicando melhor o cérebro eletrônico em funcionamento. Mas peço que use termos tão leigos quanto possível, não só para que eu entenda como para que eu possa transmiti-los com relativo sucesso aos meus leitores.

Quando penso que cheguei a falar no mistério, que continua mistério, do cérebro eletrônico, só posso dizer como a gente dizia lá em Recife: Virgem Maria!...

Mas o amor é mais misterioso do que o cérebro eletrônico e no entanto já ousei falar de amor. É timidamente, é audaciosamente, que ouse falar sobre o mundo.

(LISPECTOR, 1999, pág. 115)

INTRODUÇÃO

OCIDENTE

Com duas mãos --o Acto e o Destino--
 Desvendámos. No mesmo gesto, ao céu
 Uma ergue o fecho trémulo e divino
 E a outra afasta o véu.
 Fosse a hora que haver ou a que havia
 A mão que ao Ocidente o véu rasgou,
 Foi a alma a Ciência e corpo a Ousadia
 Da mão que desvendou.
 Fosse Acaso, ou Vontade, ou Temporal
 A mão que ergueu o facho que luziu,
 Foi Deus a alma e o corpo Portugal
 Da mão que o conduziu (PESSOA, 2001, p.45)¹

As mudanças no velho mundo no final da idade média, quando os europeus cruzaram o atlântico em busca de um “novo mundo”, não parecem tão distantes quando pensamos nas mudanças que assistimos nos dias de hoje.

Era um mundo em transformação onde o “*Descobrimento e a conquista são simultaneamente deslumbramento e desencantamento.*” (IANNI, 2000, p 36). Exatamente a mesma sensação que sentimos quando olhamos com olhos críticos o que está em nossa volta. Sentimo-nos deslumbrados com o “novo”, objeto de desejo cada vez mais constante nessa vida urbana acelerada pelo consumo e ficamos desencantados com a miséria humana e o estresse dessa mesma vida urbana, também acelerada pelo consumo.

Mas era um mundo em mudança, que rompia com um passado próximo ainda preso nos dogmas míticos e religiosos e aceitando as novas ciências que a humanidade produzia. Mudanças na sociedade, criando conceitos e

¹ - Poema que faz diversas referências ao período das grandes descobertas portuguesas (CAMOCARDI, 1996, p.46)

necessidades não existentes anteriormente, permitindo ao homem imaginar um mundo moderno, deixando o passado para trás.

Em geral, essas rupturas afetam de forma mais ou menos decisiva estilos de pensamento e visões de mundo. Provocam a crise e o abandono de convicções e ilusões, ao mesmo tempo que suscitam a emergência de outras convicções e ilusões. São rupturas históricas e epistemológicas que alimentam outras formas de compreensão e explicação, tanto quanto de ideologias e utopias, sem esquecer nostalgias e escatologias. (IANNI, 2000, p 39)

Essas mudanças são ao mesmo tempo causa e efeito da modernidade. A industrialização e as relações sociais decorrentes da força material e dos maquinários empregados nos meios de produção e o capitalismo são os eixos institucionais da modernidade (GIDDENS, 2002, p. 21). Um mundo começando a ser moderno e no recorte apresentado neste trabalho, em função do objeto de estudo, denominamos este mundo de analógico.

A palavra “analógico” tem origem grega, assim como “analogia.” Que tem relação com, ou ainda, proporção. Platão levou-a para a epistemologia, comparando sensações. Aparece no vocabulário cotidiano como uma alusão a coisas que se parecem. (HEGEMBERG, 1995, p.9)

A palavra “analogia” tem alguns sentidos parecidos. Para a semiótica, analogia é a inferência de que num conjunto não muito extenso de objetos, se estes estão em concordância sob vários aspectos, podem provavelmente estar em concordância também sob outro aspecto. (PEIRCE, 2005, p.6). Esse sentido, também aparece na filosofia, como uma “relação qualitativa, semelhança”. “Raciocinamos “por analogia” quando concluímos de uma semelhança comprovada, uma semelhança não comprovada”. (CUVILLIER, 1969, p.8)

Pelas definições conhecidas para a palavra “analógico” o mundo ainda é o mesmo que sempre foi. Essas distinções e associações do termo analógico à modernidade² foram feitas em face da multiplicação das valências físicas

² A modernidade conceituada aqui tem seu início histórico no século XV até os dias de hoje. Mas mais do que um período histórico, era moderna é um período de mudanças, que nas palavras de Ianni, “Sem esquecer que a modernidade pode ser vista como uma espécie de revolução permanente, atravessada por não contemporaneidades, desenvolvimentos desiguais e contraditórios, retrocessos, decadências, dissoluções” (IANNI, 2000, p. 43).

humanas e foram possíveis através das máquinas mecânicas. O relógio mecânico simboliza o início desse período (GIDDENS, 2002, p. 22).

Máquinas movidas a vapor, máquinas de tecer, máquinas utilizadas na metalurgia e posteriormente as máquinas movidas à eletricidade e a combustíveis fósseis (CASTELLS, 1999, p.53) permitem ao homem moderno aumentar sua capacidade individual de trabalho e dentro da lógica capitalista, aumentar a produção de bens.

Além disso, as tecnologias de comunicação são criadas e difundidas. A mecanização da impressão, o telégrafo, telefone, fotografia e o cinema, o rádio, a televisão e, posteriormente, a internet. Essas novas tecnologias mudaram a riqueza no mundo, e “ficaram ao alcance dos países e elites capazes de comandar o novo sistema tecnológico” (CASTELLS, 1999, p 53).

A velocidade das inovações tecnológicas nessas últimas três décadas não estão dissociadas das inúmeras mudanças que ocorrem no mundo. Talvez a mais marcante tenha sido representada pela queda do muro de Berlim, que encerra simbolicamente a disputa pela hegemonia da estrutura econômica entre o capitalismo e o socialismo no século XX.

As mudanças sociais, políticas e econômicas que culminaram na queda do muro em 1989, fazem eco com as profundas mudanças do capitalismo, que rapidamente se adapta às novas tecnologias e aos novos negócios que surgem com as demandas criadas pelo consumo – um dos grandes pilares do capitalismo desses tempos.

Essas mudanças acontecem de forma crescente, contínua, migratória. Assim, de maneira análoga ao arranjo existente no mundo real, onde os países se organizam administrativamente em blocos de interesse comum, como vemos na União Europeia e no MERCOSUL, e o debate centrado nas migrações – possíveis e facilitadas para cidadãos integrantes dos blocos e dificultada para cidadãos de países que não fazem parte desses blocos.

Essa questão, presente no mundo real acontece também nos espaços digitais possíveis através da internet e é tratada por Vilches quando discute a migração digital:

A migração digital diz respeito, em primeiro lugar, a sujeitos interconectados que chegam à nova fronteira, que alguns chamam de ciberespaço³, é um novo espaço de pensamento e de experiências humanas, formados pela coabitação de antigos meios e novas formas de hiper-realidade. As fantasias do ciberespaço coincidem com a decepção das utopias políticas e sociais que caracterizaram o século XX.”(VILCHES, 2003, p. 17)”.

Se as fronteiras entre países estão muito claras e definidas - considerando e excluindo as zonas de conflito - as fronteiras do ciberespaço são muito mais sutis, difusas e indefinidas. As pessoas consomem produtos e serviços de empresas globais, espalhadas em diversos países e em muitos casos ligadas a empresas locais, numa articulação em rede. Os fluxos de informação e produção se confundem e ajudam a definir a lógica característica dessa nova localização industrial, com uma descontinuidade geográfica.

O novo espaço industrial é organizado em torno de fluxos da informação que, ao mesmo tempo, reúnem e separam - dependendo dos ciclos das empresas - seus componentes territoriais. E, à medida que a lógica da fabricação da tecnologia da informação vai passando dos produtores de equipamentos de tecnologia da informação para os usuários desses dispositivos em toda a esfera da indústria, também a nova lógica espacial se expande criando uma multiplicidade de redes industriais globais, cujas intersecções e exclusões mudam o próprio conceito de localização industrial de fábricas para fluxos industriais.” (CASTELLS, 1999, p. 419)

E esses novos espaços são possíveis através das novas tecnologias de comunicação e de informação, consequência dos avanços de áreas como a física, química, matemática, eletrônica, informática e as engenharias entre tantas outras e do crescente aumento do conhecimento sobre as ciências humanas, com as ciências sociais lendo e traduzindo o mundo cada vez mais rápido e, também, dos braços capitalistas da sociedade dirigindo e concentrando esforços para aumentar a produção e o consumo.

³ Ciberespaço - Termo cunhado por W. Gibson em seu livro de ficção científica (neuromancer) e definido a seguir por Lemos: O ciberespaço é um não lugar, uma utopia onde devemos repensar a significação sensorial de nossa civilização baseada em informações digitais, coletivas e imediatas. Ele é um espaço imaginário, um enorme hipertexto planetário. (LEMOS, 2002. P. 137)

Esse aumento do conhecimento humano possibilitou um suporte tecnológico para que esses “espaços não físicos” pudessem ser teorizados, construídos e comercializados. Essa distinção entre o “real” e o “virtual” diminuiu a cada dia. Os próprios conceitos de real e de virtual precisam ser entendidos.

Conceitos polissêmicos, real e virtual são objetos de estudos do campo da filosofia, que ganharam novas interpretações depois dos computadores, onde neles é possível criar esse “mundo virtual”.

Nesse trabalho compreendemos que real é o mundo em que vivemos e tudo que está nele, e nesse nosso mundo real atual, usar programas de computadores que emulam um “espaço não físico” é uma atividade comum. Virtual é esse espaço não físico, porém real, criado nos computadores e possível através deles. Esse espaço virtual é “um espaço de comunicação navegável e transparente centrado nos fluxos de informação” (LEVY, 1996, p.27). Esse mundo virtual é o mundo digital.

Nas três últimas décadas do século XX, com o crescente e rápido aumento de conhecimento na humanidade, o mundo conheceu verdadeiras revoluções nas possibilidades de comunicação e informação e com isso, mudanças na maneira das pessoas se relacionarem. A ficção literária do começo do século XX começava a se mostrar possível na prática. A teletela⁴, operada pelo grande irmão de Orwell passa a ser tecnicamente possível na mesma época prevista por ele, em seu mais famoso livro – 1984.⁵ No livro, escrito em 1948 o autor imaginava um mundo do futuro, que para ele, seria a inversão do ano em que o livro foi escrito. Ambientado em uma sociedade distópica, o controle que o estado exercia sobre as pessoas era intermediado por uma tela de televisão interativa e o “Grande Irmão” sabia tudo o que acontecia na vida das pessoas. O termo em inglês “Big Brother” é utilizado hoje como nome de um programa de televisão onde um grupo de pessoas fica confinado, cercado de câmeras e microfones sem nenhuma privacidade, exatamente como o “Grande Irmão” fazia no romance do autor indiano. Hoje isso é possível através dos diferentes meios de comunicação, onde se pode

4 Teletela: Objeto semelhante a um aparelho de televisão, nele o grande irmão monitora os cidadãos no livro 1984. A teletela de Orwell tem uma semelhança com a atual TV digital, onde o receptor da imagem pode produzir conteúdo e enviá-lo.

5 Orwell, George. 1984. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

visualizar e “controlar” computadores, processos industriais, e, em última análise, pessoas, em quase qualquer lugar do mundo.

Ao mesmo tempo em que esses avanços tecnológicos se consolidavam, possibilitando a redução de preços e produção em escala de computadores pessoais e demais ativos necessários para a comunicação, a sociedade começa a se apropriar de elementos culturais decorrentes dessas mudanças. A mobilidade na comunicação, conseguida através do uso da telefonia móvel, o acesso à informação por meios eletrônicos, a interligação dos computadores através da internet são exemplos de uma liberdade nova em comunicação. Mas é nas duas últimas décadas do século XX que esses avanços se tornam populares, com os computadores mais acessíveis utilizando interfaces gráficas amigáveis⁶, possibilitando aos “não iniciados” em informática usarem os computadores em aplicações no cotidiano para o trabalho, educação e lazer. Com isso, o aumento de escala de produção permite a diminuição do preço e o acesso aos computadores se populariza na sociedade, fechando um ciclo de consumo e motivando novos produtos, acelerando ainda mais os novos ciclos de consumo.

Este trabalho analisa o uso de um dos recentes e grandes negócios criados na internet - o Twitter - e em particular o seu uso nas eleições presidenciais no Brasil em 2010, pelos três principais candidatos a presidente da república, considerando as características da democracia brasileira e o processo eleitoral no Brasil.

O olhar interdisciplinar orienta esse trabalho. A compreensão de que a articulação dos saberes não se limita a fronteiras definidas, estanques, regulares é fundamental para olhar para o mundo que se apresenta nesse início de século XXI. A proximidade dos fatos, porém, nem sempre nos permite compreendê-los à priori.

Um olhar renovado, com um distanciamento, e, também uma mudança de olhar é essencial nesse momento.

Pensamos imediatamente na definição de estranhamento de Tolstói dada por Chklovski poucos anos depois da publicação

⁶ Tradução literal do inglês Friendly. O termo interface gráfica amigável é um dispositivo de interação entre o homem e o computador.

de Du cote de chez Swann: “descrever as coisas como se vistas pela primeira vez” (GINZBURG, 2001, p.36)

E é esse “olhar de primeira vez” que propomos utilizar para analisar o uso do Twitter. E também nesse momento, nessa definição de como olhar e qual a distância desse olhar em relação ao objeto, foi preciso definir como tratar as expressões técnicas, neologismos e termos em outros idiomas. E mesmo fugindo do uso abusivo de termos técnicos, muitas vezes utilizados somente para velar o olhar sobre o essencial, o objeto principal desse estudo tem quase todo seu diálogo com o usuário através de termos em inglês ou com origem na língua inglesa. Foi necessário defini-los e contextualizá-los durante a pesquisa.

A referência ao mundo analógico e um mundo digital, apesar de não os chamarem assim, aparece na obra de McLuhan (1964), “Durante as idades mecânicas projetamos nossos corpos no espaço. Hoje, depois de um século de tecnologia elétrica, projetamos nosso próprio sistema nervoso central num abraço global, abolindo tempo e espaço” (McLUHAN, 1964, p.17). McLuhan chama esse mundo analógico de mecânico e coloca a energia elétrica como um divisor, mas lembramos de que a obra citada foi escrita em 1964, antes, portanto, da criação da internet como conhecemos hoje, mas de maneira quase visionária acrescenta: “A simulação tecnológica da consciência, pela qual o processo criativo do conhecimento se estenderá coletiva e corporativamente a toda sociedade humana.” (McLUHAN, 1964, p.17). Essa extensão “coletiva e corporativa a toda sociedade humana” parece ser quase uma definição da internet dos nossos dias.

E talvez seja na internet, a principal ponta visível desse mundo digital, mas certamente não a única. O mundo digital é possível a partir de ambientes criados e visíveis apenas nos computadores, não necessariamente ligados à internet. Em alguns jogos, isso é muito perceptível. Ambientes criados no computador simulando o mundo real sejam para qual finalidade for, onde a separação básica entre o hardware⁷ e software⁸, comum no ensino de informática fica cada vez mais invisível.

⁷ Hardware – Hard (duro em inglês). Referência às partes físicas, palpáveis, os componentes dos computadores.

Utilizamos esses ambientes digitais nos diversos dispositivos disponíveis e acessíveis para uma parcela cada vez mais crescente da população. Objeto de desejo dos jovens, especialmente os jovens urbanos, o computador pessoal continua liderando as vendas no mercado, com crescente aumento dos notebooks e queda de venda dos desktops.

Os dados de comercialização de computadores no Brasil no primeiro trimestre de 2011 mostram que do total de computadores vendidos, 49,5% são desktops e 50,5% notebooks. Ainda neste cenário, 68,6% foram vendidos ao segmento doméstico, 26,9% vendidos ao segmento corporativo e apenas 4,5% aos segmentos de governo e educação juntos.⁹ Observamos ainda um aumento crescente da venda de outros dispositivos que permitem acesso à internet e ao “mundo digital”, como os “tablets”¹⁰.

A tecnologia nos cerca e com ela as mudanças no cotidiano se apresentam de maneira clara e contundente. A mobilidade da telefonia celular, a tecnologia presente em todas as cadeias de produção, uma rede de transportes ligando todos os continentes, entre tantas outras.

Tudo se globaliza e virtualiza, como se as coisas, as gentes e as ideias se transfigurassem pela magia da eletrônica. A onda modernizante não para nunca, espalhando-se pelos mais remotos e recônditos cantos e recantos dos modos de vida e trabalho, das relações sociais, das objetividades, subjetividades, imaginários e afetividades. (IANNI, 1995, p.97)

Mas não é a tecnologia, o acúmulo de conhecimento, a facilidade de mobilidade em escala planetária ou a globalização que produz os valores atribuídos a pós-modernidade.

É justamente o contrário. Essa sociedade em que vivemos, com uma estrutura capitalista, se apropria dessas mudanças - e sempre teve na tecnologia uma categoria importante, que foi analisada por Marx:

A tecnologia descobriu igualmente as poucas formas básicas do movimento, em que necessariamente ocorre todo fazer

⁸ Software – Soft (macio em inglês). Referência às partes não físicas, os programas dos computadores.

⁹ idcbrasil .com.br/news.asp?ctr=bra&year=2011&id_release=1992. Acesso em: 14 out. 2011.

¹⁰ Tablet – Tablet é um dispositivo semelhante a um computador pessoal, mas com uma tela sensível ao toque, que dispensa o uso do teclado físico, tornando-se funcionalmente mais simples que um notebook.

produtivo do corpo humano, apesar da diversidade dos instrumentos utilizados, assim como a Mecânica não se deixa enganar pela maior complicação da maquinaria quanto à repetição constante das potências mecânicas simples. (MARX, 1996, p. 114)

O mundo de Marx era analógico, nosso mundo ainda em grande parte também o é, mas o mundo digital cresce de maneira rápida e intensa, utilizando e direcionando essas mudanças para interesses ligados a estrutura capitalista, enfim, se adaptando a essa estrutura. As redes sociais são exemplos disso.

Retornando ao objeto de estudo, os objetivos desta pesquisa são: Analisar o Twitter como ferramenta de comunicação nas eleições. Identificar o uso do Twitter pelos três principais candidatos a presidência da república no Brasil nas eleições presidenciais em 2010.

Os problemas centrais dessa pesquisa são: Qual o cenário em que isso ocorreu? Qual o conteúdo das mensagens? Que resultado isso trouxe para o modo dos candidatos se relacionarem com a sociedade no contexto eleitoral? A busca de respostas a estes problemas orienta esse trabalho.

A metodologia utilizada neste trabalho é a de pesquisa exploratória, metodologia essa que permite uma maior familiaridade com os problemas da pesquisa, compreendê-los melhor e constituir hipóteses, além de permitir ainda uma flexibilidade maior no planejamento da investigação (GIL, 1987, p.25). Para tal foi utilizado um levantamento bibliográfico e os principais autores que deram sustentação teórica para essa pesquisa foram: Jurgen Habermas (2003), Otavio Ianni (1995), Manuel Castells (2006), Norberto Bobbio, Nicola Matteucci e Gianfranco Pasquino (1983), Pierre Levy (1996), Zygmunt Bauman (2001), Marilena Chauí (2008), Maria Lúcia Duriguetto (2007), José Luis Dader (1999), Wilson Gomes (2009), Eric Hobsbawn (1995), Raquel Recuero (2009), Ilse Scherer-Warren (2000).

Também foi necessária a realização de uma pesquisa documental, com a análise dos planos de governos dos candidatos e da legislação reguladora da campanha eleitoral dos candidatos. Por fim uma pesquisa empírica, com os endereços digitais consultados, como o blog da empresa desenvolvedora do Twitter e o próprio Twitter que forneceram importantes informações sobre parte

do objeto dessa pesquisa e a coleta das mensagens (tweets) dos candidatos. A sistematização dos resultados desse trabalho está presente nos três capítulos dessa dissertação.

No capítulo 1 – Democracia, Esfera Pública e Internet. Estabelecemos as relações do mundo digital com a democracia contemporânea, apresentando o caso do início da revolução no Egito¹¹, onde as novas ferramentas de comunicação, em particular o Twitter, tiveram um papel importante e catalizador. Relacionamos ainda a esfera pública no mundo digital e a internet e as redes sociais.

No capítulo 2 – O Twitter e as Eleições no Brasil em 2010, contextualizamos e caracterizamos o processo e a campanha eleitoral de 2010, a legislação eleitoral e os perfis dos candidatos com suas inscrições no Twitter.

No capítulo 3 – O uso do Twitter nas Eleições no Brasil, analisamos o uso do Twitter nas eleições no Brasil pelos três principais candidatos a presidente da república, iniciando o capítulo com a metodologia de pesquisa, a coleta dos dados, e o caminho percorrido para transformar os tweets dos candidatos em uma base de dados disponível para consulta, para então responder às questões levantadas por esta pesquisa e com isso chegar às conclusões finais deste trabalho.

A opção por apresentar a metodologia detalhada no terceiro capítulo foi escolhida por uma necessidade de aproximação maior com o Twitter, ambiente onde ocorrem as relações entre os candidatos e os eleitores, que no caso do Twitter, são chamados de seguidores. Apresentamos neste capítulo o Twitter com seu ambiente, conceitos e principais comandos e em seguida a metodologia detalhada que foi utilizada para a coleta e o tratamento dos tweets dos candidatos. As categorias trabalhadas são:

1) candidatos; 2) cenário; 3) conteúdos das mensagens (tweets); 4) Resultados no modo dos candidatos se relacionarem com a sociedade no contexto eleitoral.

Na conclusão destacamos o potencial e a relevância do Twitter como ferramenta eleitoral.

¹¹ O caso do Egito será tratado no capítulo....

CAPÍTULO 1

DEMOCRACIA, ESFERA PÚBLICA E INTERNET

Suponhamos, até, alguns homens: um carpinteiro, outro lavrador, outro sapateiro, um quarto de alguma outra profissão. Suponhamos, se se quiser, dez mil deles, residindo separadamente, mas não a uma distância tão grande que não se possam comunicar. Eles fizeram um pacto de não-agressão no que toca a seus comércios e até prometeram tomar armas para sua mútua defesa, mas não têm outra comunicação a não ser o comércio e seus tratados.

Mais uma vez, esta não será uma sociedade civil. Por quê, então?

Nesta hipótese, não se dirá que estejam afastados demais para se comunicarem. Aproximando-se assim, a casa de cada um deles assumiria o papel de cidade e eles se prestariam, graças à sua confederação, ajuda contra as agressões injustas. No entanto, se não tivessem nessa aproximação uma comunicação mais importante do que a que têm quando separados, esta ainda não seria exatamente uma Cidade ou uma sociedade civil.

A Cidade, portanto, não é precisamente uma comunidade de lugar, nem foi instituída simplesmente para se defender contra as injustiças de outrem ou para estabelecer comércio. Tudo isso deve existir antes da formação do Estado, mas não basta para constituí-lo. (ARISTÓTELES, 1965, P. 39)

Essa obra de Aristóteles fala de um mundo antigo. Dois mil e quinhentos anos antes da nossa época digital. Um mundo ainda sem nenhuma tecnologia de comunicação, também analógico, mas sem as máquinas da modernidade.

Mas esse mundo que Aristóteles nos mostra é muito parecido na essência com o nosso. A comunicação e os negócios, a organização para a defesa em comum. Quando fala no texto que, “esta não será uma sociedade

civil. Por que, então? Nesta hipótese, não se dirá que estejam afastados demais para se comunicarem” (ARISTOTELES, 1965, p.39) se aproxima muito das discussões contemporâneas presentes nos movimentos sociais e da própria construção da democracia, onde os novos meios de comunicação são utilizados como ferramentas estratégicas. E essa democracia contemporânea também é uma herança grega, com conceitos ainda caros nos dias de hoje na visão ocidental.

Neste capítulo procuramos relacionar a democracia contemporânea com o mundo digital, os velhos usos para as novas ferramentas, as novas ferramentas de comunicação, os usos dessas ferramentas na luta pela democracia, materializada no caso da revolução no Egito em 2011, a esfera pública no mundo digital e a internet e as redes sociais.

1.1 Reflexões sobre a concepção de Democracia e Esfera Pública

A democracia como forma de governo é antiga. Legado do pensamento político grego, a democracia é definida como um governo dos muitos, dos mais, da maioria, dos pobres, da massa, do povo, e não um governo de poucos (BOBBIO, 1988, p.31). Bobbio (1988) ainda afirma que:

A verdade é que, não obstante o transcorrer dos séculos e todas as discussões que se travaram em torno da diversidade da democracia dos antigos com respeito à democracia dos modernos, o significado descritivo geral do termo não se alterou, embora se altere, conforme os tempos e as doutrinas, o seu significado valorativo, segundo o qual o governo do povo pode ser preferível ao governo de um ou de poucos e vice-versa. (BOBBIO, 1988, p.31)

A palavra democracia também tem servido ao longo da história à interesses estruturais diferentes, com conceitos amplos, muitas vezes ambíguos e até mesmo com sentidos opostos. Carlos Nelson Coutinho define muito bem isso:

Não existe hoje nenhuma corrente de opinião significativa que não defenda a democracia e não se afirme democrática. Mas

nem sempre foi assim: até pelo menos o início do século XX, o pensamento liberal combatia abertamente a democracia, ou por considerá-la algo ineliminavelmente ligado ao passado (Montesquieu, Constant), ou por apontá-la como responsável pela emergência de uma “tirania da maioria” contrária à liberdade individual (Tocqueville, Stuart Mill). A partir de certo momento, que talvez possamos situar no período posterior à Revolução de Outubro de 1917, o pensamento liberal resolveu adotar positivamente o termo democracia, utilizando-o não só contra o nazifascismo, sobretudo durante a Segunda Guerra, mas talvez principalmente contra o socialismo, apresentado como algo despótico e totalitário. Assim, de termo essencialmente subversivo, democracia passou a fazer parte também de um discurso conservador. (COUTINHO in DURIGUETTO, 2007, p.11)

E nessa disputa pela hegemonia econômica do mundo, a democracia é o grande regime de governo onde o capitalismo tem se sustentado e em alguns momentos é difícil de separá-los, são quase uma coisa só. A “liberdade” da escolha “democrática” justifica isso.

Mas a relação da sociedade com a democracia é complexa. Formas de governo democráticas não produzem, necessariamente, sociedades democráticas. Eleger governantes, não garante que as pessoas participem efetivamente de maneira igualitária da vida social de um país, nem que tenham acesso mínimo às condições de saúde, educação e cultura. Essa confusão comum e extremamente útil para a “manutenção do estado das coisas”, em um mundo onde o capitalismo é cada vez mais voraz e dominante. Marilena Chauí aponta esse caminho:

Dizemos, então, que uma sociedade – e não um simples regime de governo – é democrática quando, além de eleições, partidos políticos, divisão dos três poderes da república, respeito a vontade da maioria e das minorias, institui algo mais profundo, que é condição do próprio regime político, ou seja, quando institui direitos e que essa instituição é uma criação social, de tal maneira que a atividade democrática social realiza-se como uma contra-poder social que determina, dirige, controla e modifica a ação estatal e o poder dos governantes. (CHAUÍ, 2008, p. 69)

Essa é talvez a grande diferença que se aplica ao termo “democracia”. Tem-se por um lado um movimento crescente de luta pela democracia – esta entendida como um sistema onde as pessoas escolhem seus governantes – por outro lado, ainda estamos no caminho dessa sociedade democrática descrita por Chauí (2008). Uma democracia onde a sociedade civil possa exercer, além do direito de voto, o controle das ações do estado, garantindo liberdades e direitos para todos, onde a participação popular seja garantida, os direitos das minorias respeitados e possa “produzir as próprias leis, normas, regras e regulamentos que dirijam a vida sócio-política” (CHAUÍ, 2008, p. 70)

A busca por essa sociedade mais democrática é expressa na obra do pensador italiano Antônio Gramsci, onde a “transição para o socialismo se efetivaria por meio de um processo progressivo de “democratização” e conquista de espaços políticos e de participação popular crítica e organizada nos espaços da sociedade civil” (DURIGUETTO, 2007, P.61) e é definida pelo próprio:

Entre os muitos significados de democracia, parece-me que o mais realista e concreto se possa deduzir em conexão com o conceito de hegemonia. No sistema hegemônico, existe democracia entre o grupo dirigente e os grupos dirigidos na medida em que o desenvolvimento da economia e, por conseguinte, da legislação que expressa este desenvolvimento, favorecem a passagem molecular dos grupos dirigidos para o grupo dirigente. (GRAMSCI, 2000, P.287 in DURIGUETTO, 2007, p.61)

Neste trabalho, apresentamos como exemplo do uso da tecnologia na luta pela democracia no Egito, que teve seu marco em janeiro de 2011. Este caso demonstra o uso das novas tecnologias de comunicação, em particular o uso do Twitter, em uma aplicação pela busca e ampliação de espaços democráticos.

O Egito é palco da mais importante revolução¹² do início da segunda década do século XXI. Lutando pelo final de uma ditadura por longos trinta

¹² "só se pode falar de Revolução, quando a mudança se verifica com vistas a um novo início, quando se faz uso da violência para constituir uma forma de Governo absolutamente nova e

anos, o povo egípcio sai às ruas, toma as praças e pede a renúncia de seu presidente, Hosni Mubarak, e um regime democrático no Egito. Este momento do povo do Egito não é único e é semelhante ao que acontece em grande parte do mundo árabe, refletindo o momento atual onde a tecnologia faz parte da vida das pessoas e, nesse caso, foi bastante utilizada nesse movimento em busca da democracia.

Na história da humanidade, onde o próprio Egito é um dos mais antigos atores, a luta pelo poder esta quase escrita no DNA humano. Mas a cada novo embate, conflito, crise ou guerra, a quantidade de informações destes cresce de maneira exponencial em relação à anterior.

As novas ferramentas de comunicação aproximam as pessoas, diminuindo os intermediários no caminho da origem do fato até que ele seja conhecido. Nesse conflito pelo poder no Egito isso não foi diferente. Torna-se cada vez mais importante, além de conhecer as novas ferramentas, conhecer a dinâmica dos movimentos sociais, que se altera com essas ferramentas, que na maioria das vezes são os protagonistas nesses eventos. Precisamos entender quais são as “novas ferramentas” disponíveis e como são utilizadas.

As redes sociais foram fundamentais nessa revolução. Os jovens, em especial postando notícias, imagens, opiniões sobre o tudo que acontecia, literalmente de maneira instantânea. O Twitter foi talvez a principal ferramenta para difusão desses conteúdos. Parte dessa importância vem do fato das características intrínsecas à ferramenta: estrutura em rede que permite falar de um para muitos, ou seja, ao enviar uma mensagem (tweet) ¹³ para a “minha rede” a possibilidade que cada um desses atores envolvidos nessa rede reenviarem (retweet) ¹⁴ para as suas respectivas redes gera uma dimensão de ação imensa e muito rápida; textos curtos, fáceis de serem digitados nos

para tornar real a formação de um novo ordenamento político, e quando a libertação da opressão visa pelo menos à instauração da liberdade" (ARENDR, 1963, 28 in BOBBIO, MATTEUCCI, PASQUINO, 1983, p. 1133).

¹³ Tweet – A palavra em inglês Twitter, que também nomina a ferramenta twitter, é relativa ao canto dos pássaros. Para se referir a uma mensagem enviada, usa-se o termo tweet, com o sentido original de um “piar” de pássaros.

¹⁴ Retweet – Ou simplesmente RT. Repetir uma mensagem recebida, repassar para outros essa mensagem, uma volta a origem da mensagem.

dispositivos que não possuem um teclado de digitação rápida como os celulares, por exemplo.

Além dessas importantes características, o Twitter é uma ferramenta de uso recente e crescente, e essa “novidade”, além de chamar a atenção pelo novo em si, contribuiu para seu intenso uso nessa revolução do Egito em busca da democracia. No momento de aumento da pressão popular, o governo do Egito através da força, promove a Interrupção da internet e redes de celulares, e a prisão de diversos manifestantes, entre eles a prisão de um de um executivo da Google¹⁵, na expectativa de conter os crescentes protestos, que além das ruas ganhavam força no mundo digital.

Essa ação teve um efeito absolutamente contrário, ou seja, quando a internet foi cortada no Egito, provedores de internet forneceram acesso via rede discada da telefonia fixa (as ligações “dial up”¹⁶ já não são mais tão comuns, mas passaram a ser uma maneira de acesso a internet, mesmo que lenta para os padrões atuais (no máximo a 56 kbps)¹⁷.

Diversas alternativas ao envio de informações diretamente pelos manifestantes – característica crescente na internet, ou seja, o próprio usuário cria, envia e consome as informações, característica que já é definida pelo termo “prosumer”¹⁸ - como o serviço no Twitter com a hashtag¹⁹ #25jan no Twitter, onde as pessoas que não tinham acesso ao Twitter ou mesmo o acesso a internet, puderam enviar suas mensagens através desse serviço, que na sua descrição define seu propósito “We are using phones and other means to speak with Egyptians behind the blocked internet, tweeting their words in real time. contact: Jan25voices(at)gmail.com”²⁰

¹⁵ Google. Neste trabalho, São dois os principais sentidos da expressão 1) Empresa criada em 1988 por Larry Page and Sergey Brin. 2) A expressão google é um sinônimo de pesquisa na internet. (<http://www.google.com.br/intl/pt-BR/about/corporate/company/>). Acesso em 14 out. 2011.

¹⁶ DIAL UP – Tipo de ligação a internet utilizando uma linha de telefonia fixa, linha discada.

¹⁷ Kpbs – Kilobits por segundo. Kilobit significa mil bits. Considera-se banda larga as velocidades acima de mil kilobits por segundo.

¹⁸ Prosumer – Termo definido por Alvin Toffler. Aquele que produz, dissemina e consome conteúdos.

¹⁹ Hashtag – Hash é o símbolo # e Tag é uma “etiqueta”, um marcador, uma palavra chave, que é colocada na mensagem (tweet) para classificar a mensagem.

²⁰ “Estamos usando telefones e outros meios de falar com os egípcios por trás da internet bloqueada, twitando suas palavras em tempo real.” contato: Jan25voices@gmail.com

Mesmo com milhares de pessoas nas ruas, muitos participavam ativamente das manifestações através das redes sociais. O princípio articulatório das lutas e movimentos se deve a conjuntura política, partindo de valores fundados na política existente, na interpretação da realidade dada como ideal para esses segmentos e em seu momento histórico.²¹

Os movimentos sociais²² não se restringem mais as fronteiras geográficas e a causa da democracia parece ser um catalisador importante, onde a falta dessa democracia o é um inimigo comum. Ideia essa reforçada pelo interesse norte americano de promover a discussão e implementação da democracia no mundo árabe, em uma tentativa de afastar o jogo político das questões religiosas e construir uma hegemonia ideológica na região e gerar receitas, necessárias e extremamente importantes para a própria economia americana. Esse interesse é visível e crescente, semelhante a tantos outros conflitos depois da segunda guerra mundial:

No fim da Segunda Guerra Mundial, os chamados neoconservadores arquitetaram o que viria a ser uma nova política externa americana. Em linhas simples, consiste em não admitir, sob qualquer forma, que a hegemonia e a liberdade americana sejam ameaçadas. Para os neoconservadores, era justificável mudar regimes, mesmo à força, sempre que houvesse uma ameaça à supremacia americana. A democracia seria um bem absoluto, tendo os Estados Unidos a obrigação de garantir que qualquer regime distinto seja aniquilado. (MASON, 2011, p. 183)

O duplo sentido da expressão “hegemonia” pode ser aplicado nessa revolução no Egito. O sentido dado por Mao Tse-tung onde o “domínio de um país sobre o outro, que não o imperialismo” (BOTTOMORE, 1993, p.177), com um sentido de liderança, mas também e, principalmente, no sentido marxista do termo, onde o termo indica “liderança política na revolução democrática” (BOTTOMORE, 1993, p.177).

²¹ Temas trabalhados por Maria da Glória Gohn, em seu livro “História dos movimentos e lutas sociais”.

²² “Movimentos sociais são ações coletivas sociopolíticas construídas por atores sociais coletivos pertencentes a diferentes classes e camadas sociais, articuladas em certos cenários da conjuntura socioeconômica e política do país, criando um campo político de força social na sociedade civil.” (GOHN, 1997.p. 251)

A tecnologia auxilia esses movimentos sociais e isso não é novo. O rádio, televisão, telefonia fixa, telefonia celular, internet em seus crescentes serviços e ferramentas e outros dispositivos eletrônicos que possibilitam às pessoas produzirem imagens capturadas pelos diversos tipos de equipamentos que fazem filmagens – como os celulares - que mesmo considerando que um dos grandes motores desse conflito foi a crescente pobreza da população²³, o uso desses dispositivos crescem rapidamente e permitem que sejam disseminadas em segundos para o mundo todo.

E se pensarmos ainda, que a essência dessa questão não é a tecnologia mas sim a comunicação, voltamos novamente ao texto de Aristóteles, na epígrafe desse capítulo, que estava próximo geograficamente desse conflito, mas com séculos de distância e já com uma visão pertinente ao tema, sem ainda falar em nenhum tipo de tecnologia para essa comunicação

No Brasil, cenário dessa pesquisa, a população ainda é tímida nas cobranças de seus governos e extremamente tolerante com suas falhas e desvios das vontades da maioria, apesar de termos um regime democrático na escolha de nossos representantes. A nossa democracia é uma democracia indireta, representativa, ou seja, elegemos nossos representantes dando-lhes poder para decidir como serão conduzidas as mais diferentes questões de governo, mas legitima a participação de todos quando, “A soberania popular será exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto, com valor igual para todos” conforme estabelece a constituição brasileira²⁴.

Esse modelo democrático existente no Brasil é recente. Vivemos em nossos pouco mais de 500 anos de história, contada a partir da colonização dos portugueses, um período muito pequeno de escolha de nossos representantes, período esse marcado por golpes de estado, e ditaduras.

²³ A população do Egito quase dobrou desde 1980, atingindo 81 milhões em 2008, mas sem um aumento proporcional do gasto social. As taxas de analfabetismo têm aumentado, e muitas escolas definham devido à falta de recursos. Nas universidades superlotadas, professores mal remunerados aumentam suas rendas extorquindo estudantes em troca de notas melhores. Outros serviços públicos - saúde, assistência social, infra-estrutura e transporte - não se saem melhor. O saque do setor público pelo establishment político cleptocrático e seus comparsas produziu uma estrutura social distorcida, em forma de dinossauro: uma cabeça minúscula - os super-ricos - comandando um corpo crescente de pobreza e descontentamento. Ao mesmo tempo, a taxa de desemprego de jovens está acima de 75%. (HAFEZ, 2011. p. 117)

²⁴ Constituição da república federativa do Brasil de 1988 – Capítulo IV Dos direitos políticos, art. 14 – disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm. Acesso em 14 out. 2011.

Duriguetto (2007) faz uma interessante abordagem sobre a democracia e a democracia no Brasil, relacionando autores e caminhos dessa chamada democracia brasileira. Apresenta os projetos societários presentes na vida política brasileira, com especial atenção à identificação de Coutinho (2000), em *Democracia e socialismo no Brasil hoje*. Coutinho (2000) afirma a existência de dois modelos de estruturação de poder e de representação de interesses no cenário nacional, com o “modelo liberal-corporativo” e o modelo de “democracia das massas”:

[...] a predominância do primeiro como resultado negativo da nossa “transição fraca”, vem expressar o projeto ideo-político neoliberal das classes dominantes, que busca atribuir ao mercado a tarefa de regular conflitos de interesses e de satisfazer as demandas sociais. Segundo Coutinho, seus pressupostos político-institucionais são uma sociedade civil que se auto-organize corporativamente bem como a sua transformação num “terceiro setor”, esfera situada para além do Estado e do mercado, regida por uma lógica “solidarista” e “filantrópica” para qual seria transferida a responsabilidade na gestão e implementação das políticas sociais. (COUTINHO, 2000, p.98). É para essa chamada “esfera pública não estatal” (ONGS, entidades assistenciais e filantrópicas etc). que se manifesta a tentativa de despolitizar a sociedade civil (DURIGUETTO, 2007, p.190)

Duriguetto (2007) ressalta ainda uma fala de Coutinho afirmando que a sociedade civil “faz parte do estado em sentido amplo, já que nela tem lugar evidentes relações de poder e é sobretudo uma “esfera de luta de classes”” (COUTINHO, 2000, p170-171 in DURIGUETTO, 2007, p.191).

Essa mesma sociedade civil esta ligada ao surgimento dos chamados “novos movimentos sociais” e à colocação da democracia como objeto de debate e de luta (BECKER, 2010, p.88). No Brasil, que nas ultimas décadas enfrentou diversas mudanças políticas, sociais e econômicas, os movimentos sociais foram importantes motores de mudança da sociedade civil no Brasil. Duriguetto caminha nessa direção quando afirma que:

A segunda metade da década de 1980 se destaca como marco para as mudanças ocorridas na configuração teórico-analítica e prático-política dos movimentos sociais e na relação destes com o Estado. Assistimos, nessa década, à articulação desses

movimentos em federações municipais, estaduais e nacionais e em entidades representativas. (DURIGUETTO, 2007, p.165)

O marco histórico dessa segunda metade da década de 1980 é a elaboração da Constituição Federal de 1988, que possibilitou uma sistematização das demandas populares – antes reveladas por ações “diretas e de rua” – em propostas políticas elaboradas e levadas aos canais institucionais. (DURIGUETTO, 2007, p.165). Neste período ainda aparece o modelo de democracia participativa²⁵, onde, segundo Duriguetto (2007), “a concepção de democracia que emerge das interpretações acerca dos movimentos e organizações sociais que defendem e representam os interesses dos setores populares” (DURIGUETTO, 2007, p.203).

Nesta segunda metade da década de 1980, com o final da ditadura militar, o processo de escolha dos representantes volta a ser da sociedade. As eleições voltam a ser diretas, onde todos os eleitores votam de maneira direta para todos os cargos, inclusive o de presidente da república²⁶.

Outro conceito que está diretamente ligado ao conceito de democracia é o de esfera pública. A esfera pública é o espaço onde os cidadãos se reúnem, opinam e discutem temas de interesse público e formam a chamada “opinião pública”. Local dos embates e conflitos constantes pela busca da hegemonia, esse espaço pode ser um local físico – uma praça, salão, auditório – ou ainda um espaço chamado de “virtual”, não presencial, criado nos mais diferentes espaços não físicos do mundo digital, mas que seria mais correto defini-lo como um espaço ligado a uma estrutura de comunicação, dentro do que conhecemos hoje como internet.

²⁵ “A experiência do Conselho Nacional de Assistência Social, assim como do Conselho Nacional da Criança e do Adolescente, do Conselho Nacional de Saúde, do Conselho de Seguridade Social, do Conselho da Previdência Social e tantos outros, demonstra que está em curso certo “modelo” de gestão participativa que revela uma inflexão na prática dos movimentos populares, do movimento sindical, dos partidos de esquerda e do próprio governo, em suas diferentes esferas.” (RAICHELIS, 1998:178 apud DURIGUETTO, 2007, p.203)

²⁶ Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/cronologia-das-eleicoes> Acesso em: 21 nov. 2010.

Isso pôde ser percebido durante a coleta de dados, na observação direta do Twitter, onde o “espaço de discussão” é um pedaço da interface e será aprofundado no terceiro capítulo. Como exemplo desse local de discussão, uma consulta com a palavra chave DEMOCRACIA no Twitter resultou no exemplo, mostrado na figura abaixo:



FIGURA 1.1: Tela de consulta sobre a palavra democracia, no Twitter.

Organização: O autor

Fonte: <http://Twitter.com> - Acesso em 30 jan. 2012.

Nesta figura, alguns resultados para a busca são exibidos e podemos observar a posição de cada usuário do Twitter e seus respectivos tweets, se expressando e se posicionando publicamente. Posições antagônicas convivem lado a lado. Em uma reunião de resultados que demonstram parte dos conflitos existentes nos posicionamentos políticos e ideológicos que acontece na sociedade. São pessoas reais e se posicionando sobre questões do mundo real, mas utilizando o Twitter como uma expressão de esfera pública não presencial.

Ao olharmos para a história esse conceito aparece em alguns momentos de maneira bem clara. Na Grécia antiga os cidadãos participavam diretamente das decisões políticas em um local chamado “ágora”, onde eram discutidos os assuntos de interesse público, mas apenas os que eram cidadãos.

Habermas (2003) registra o nascimento da esfera pública entre o final do século 18 e início do século 19 na Europa Ocidental, com uma burguesia emergente e se transformando em classe dominante, neste período, os direitos

da cidadania começam a se consolidar. Os direitos civis e políticos permitiram a livre expressão, associação e a participação social. Aparece então, nesse período a categoria "público" como antagonista da vida privada.

Um importante conceito atual de esfera pública foi definido por Habermas (2003), em que a esfera pública é uma dimensão social que tem uma função mediadora entre a sociedade e o estado e as pessoas são os portadores da opinião pública. Essa opinião pública só existe se houver liberdade de expressão, de reunião e de associação. O acesso a esses direitos deve ser estendido a todos os cidadãos. Habermas (2003) entende que as pessoas se comportam como um corpo público quando se comunicam de maneira irrestrita sobre variados assuntos. Em uma sociedade complexa e de grandes dimensões, esse papel é exercido pela mídia – redes de televisão, jornais, revistas e hoje, pelos mundos digitais dentro da internet.

Essa complexidade da sociedade e a complexidade do próprio estado, interferindo na economia, regulando o mercado e interferindo diretamente na área social – ampliando os serviços públicos, é o que Habermas (2003) chama de mudança estrutural da esfera pública, apresentando uma distinção pequena entre estado e sociedade, e com isso, a esfera pública perde força nas bases sociais. O próprio conceito de sociedade civil foi se modificando ao longo da história e neste trabalho, utilizamos o conceito de Gramsci:

Podem-se por enquanto fixar dois grandes planos superestruturais, o que se pode chamar de sociedade civil, ou seja, do conjunto de organismos vulgarmente denominados privados, e o da sociedade política ou Estado, que correspondem à função de hegemonia que o grupo dominante exerce em toda a sociedade, e ao do domínio direto ou de comando que se expressa no Estado ou no Governo jurídico. (GRAMSCI apud BOBBIO, MATTEUCCI, PASQUINO, 1983, p. 1219).

Partindo desse conceito de Gramsci, e considerando que a esfera pública é o local, a arena, o espaço, ou ainda “onde” ocorre a participação, a sociedade civil pode ser caracterizada por “quem” participa, ou seja, os atores que participam da esfera pública.

Esses elementos podem ser observados no mundo digital e em particular no Twitter, que se estabelece como um espaço de discussão e onde

os atores – no recorte dessa pesquisa, representantes e representados - participam, através de seus perfis de usuários.

1.2 Internet e Redes Sociais

As guerras têm muitos objetivos desejados e muitas consequências não controláveis. Funcionam muitas vezes como um regulador do capitalismo. Os Estados Unidos, ainda com a economia fortemente abalada pela crise de 1929, a maior crise econômica do século XX, foram um dos protagonistas da segunda grande guerra mundial e essa guerra “permitiu aos Estados Unidos superar o quadro recessivo em que ainda se encontrava ao final da década de 1930” (TEIXEIRA e OLIVEIRA, 1998, p.178)

A segunda grande guerra mundial teve também como consequência direta, a criação da internet. Na reconstrução do mundo que foi envolvido na segunda guerra, os computadores, então instrumentos dessa mesma guerra, começaram a ser utilizados em diferentes áreas, além da área militar. Os primeiros computadores eram grandes, caros e ficavam ilhados. A interligação física e dos dados armazenados nos computadores era um dos objetivos buscados pela nascente “computação eletrônica de dados”. Em diversos países, modelos de interligações entre os computadores eram criados, sem ainda, um padrão internacional.

Uma das primeiras iniciativas foi do governo americano ao criar uma rede, primeiramente para uso militar em plena guerra fria, em 1958. Essa rede foi criada pela Advanced Research Projects Agency (ARPA), dando origem futuramente a ARPANET. Em outros países, outras iniciativas de interligação de computadores também eram criadas. O projeto do governo francês, chamado de CYCLADES e o projeto do britânico do National Physical Laboratory (NPL), junto com o projeto americano dão origem ao que conhecemos hoje como Internet. (CASTELLS, 2000, p.23) A necessidade de interligar computadores e a ausência de uma “unidade central” permitia uma

grande segurança pela sua capilaridade e organização difusa, descentralizando o depósito das informações (CASTELLS, 1999, p.13).

O crescimento da internet acompanhou a evolução das tecnologias de comunicação, da infraestrutura elétrica, da microeletrônica e de tantas outras áreas afins. Nesse início da segunda década do século XXI, a internet apresenta um crescimento de uso em todo o mundo. Ligada diretamente à estrutura de comunicação e como a tecnologia necessária já está disponível no mercado, o acesso a internet é limitado apenas pela condição ou cultural ou socioeconômica, assim como praticamente todas as criações humanas, nesse caso, dependentes da tecnologia, como luz elétrica, telefonia, sinais de televisão, entre outros mais básicos como a água tratada e o saneamento básico.

Ao mesmo tempo em que esses avanços tecnológicos se consolidavam, possibilitando a redução de preços e produção em escala de computadores pessoais e os demais ativos²⁷ necessários para a comunicação, a sociedade começava a se apropriar de elementos culturais decorrentes dessas mudanças. No Brasil, a reserva de mercado para a área de informática²⁸ impedia a entrada de equipamentos fabricados no exterior e com isso, a popularização dos computadores ocorreu com atraso em relação ao resto do mundo desenvolvido. A abertura do mercado, no início da década de 1990 criou novas regras para o consumo, colocando o país na mesma onda neoliberal que crescia no mundo ocidental depois da queda do muro de Berlim.

Com a nova política nacional de informática em 1991²⁹, o governo promove, através de estímulos fiscais, o desenvolvimento do setor de informática no Brasil. No final dos anos 90 o Brasil já possuía um crescente mercado de tecnologia, com as telecomunicações – saída do monopólio estatal para um “consórcio de empresas privadas”, com qualidade baixa, preços altos e o “mercado regulando”, entrando nesse setor em uma onda liberal que atinge o mundo todo

²⁷ Entende-se como ativos para comunicação como sendo todos os equipamentos eletrônicos envolvidos no processo de comunicação, como modems (moduladores / demoduladores de sinal analógico-digital, roteadores (equipamentos para gerenciar as rotas físicas da informação), etc.
²⁸ Lei federal no. 7232/84 que estabeleceu uma reserva de mercado para bens e serviços de informática no Brasil, na década de 1980.

²⁹ Lei federal 8.248/91.

O processo reestruturação do setor de telecomunicações (que inclui desregulamentação, liberalização e privatização) tornou-se uma imposição, em nível mundial, e deve ser analisado no contexto de alteração da filosofia do setor, que passa de uma concepção de serviço de utilidade pública, para outra, estritamente comercial, associada ao processo de globalização, em que o produto “comunicação” torna-se uma mercadoria, que deve atender, em especial, à comunidade de negócios internacionais e cujos lucros devem satisfazer aos investidores, preocupados com o desempenho financeiro da empresa. Em termos tecnológicos, a digitalização e a utilização de satélites revolucionaram o setor, sendo que a nova tecnologia torna obsoleta a tecnologia anterior, com implicações significativas no que se refere ao mundo do trabalho (LARANGEIRA apud LARANGEIRA, 1998).

O crescimento do mercado doméstico de informática brasileiro, no início do século XXI, foi fortemente influenciado pela estabilidade econômica no país. Mas não foi somente o poder de compra das pessoas que aumentou a popularidade dos computadores. As melhorias da capacidade de processamento dos computadores e da facilidade de uso das interfaces gráficas amigáveis possibilita aos “não iniciados” na informática usarem o computador com aplicações no cotidiano, para o trabalho, educação e lazer. Algumas dessas aplicações, com milhões de usuários em todo mundo são desenhadas no formato de redes sociais.

A mobilidade decorrente do uso da telefonia móvel, o acesso a informação por meios eletrônicos, a interligação dos computadores através da internet são exemplos de uma liberdade nova em comunicação. Isso aumenta a complexidade da sociedade contemporânea, onde as redes são estruturantes dessa sociedade globalizada, que segundo Manuel Castells, a sociedade das redes é uma forma específica de estrutura social, “associada ao surgimento de um novo modo de desenvolvimento, o informacionalismo, historicamente moldado pela reestruturação do modo capitalista de produção, no final do século XX.” (CASTELLS, 2000, p.51)

O conceito de redes utilizado aqui é ancorado em alguns conceitos da matemática e da sociologia. Na matemática, a teoria dos grafos estuda a relação entre objetos de um determinado conjunto e define os conceitos necessários para a criação dos algoritmos que servem de suporte para os

softwares das redes sociais na internet. Já na sociologia e na psicologia social, um experimento, conduzido por Milgram³⁰ na década de 60, no século XX, demonstrou que as pessoas estão separadas das outras por seis graus de separação, ou seja, com apenas seis conexões pode-se chegar a qualquer outra pessoa. Esses conceitos dão suporte às atuais redes sociais como Facebook³¹, Orkut³² e Twitter³³, na relação entre os atores, grupos a que pertencem e ligações entre eles e esses grupos³⁴.

E esse mundo do início do século XXI é um mundo globalizado, midiático, descartável,

O crítico social Vance Packard, em 1960, chamava essa época de “Era do descartável”. Mais de quarenta anos depois, sua descrição mostra-se cada vez mais atual, pois dados recentes indicam que, enquanto a população mundial cresceu 18% entre 1970 e 1990, a produção de lixo aumentou 25%. Tal tendência aponta um quadro de sérios problemas, não só ambientais, mas outros, de naturezas diversas, originados pela “cultura do desperdício”. De fato, a população, principalmente das regiões

³⁰ Stanley Milgran, psicólogo americano que conduziu uma experiência chamada Small World Experiment, que define os conceitos chaves para as redes sociais atuais.

³¹ O Facebook (originalmente, thefacebook) foi um sistema criado pelo americano Mark Zuckerberg enquanto este era aluno da Universidade de Harvard nos Estados Unidos. A ideia era focar os alunos que estavam saindo do secundário (High School, nos Estados Unidos) e aqueles que estavam entrando na universidade. Lançado em 2004, o Facebook é hoje um dos sistemas com maior base de usuários no mundo, não tão localizado quanto outros como o Orkut. (RECUERO, 2009, p.172)

³² O Orkut é um site de rede social propriamente dito que alcançou grande popularidade entre os internautas brasileiros. O sistema foi criado por Orkut Buyukkokten, nas horas vagas, enquanto era aluno da Universidade de Stanford e funcionário do Google, a partir de uma versão embrionária, chamada Club Nexus, desenvolvido em 2001. (Ampell, 2004 Apud RECUERO, 2009, p. 165)

³³ O twitter, parte do objeto de estudo desse trabalho, será descrito no item 3.1

³⁴ Esses grupos são chamados de comunidades em algumas redes sociais, como o ORKUT. As comunidades são criadas pelos indivíduos e podem agregar grupos, funcionando como fóruns, com tópicos (nova pasta de assunto) e mensagens (que ficam dentro da pasta do assunto). (RECUERO, 2009, p.172)

urbanas e industrializadas, parece que acha a situação normal e aspira um consumo crescente. (CORTEZ, ORTIGOZA, 2007, p.18)

Um mundo que não valoriza o manual e sim o automático, o instantâneo, o imediato. Um mundo sendo moldado pela tecnologia e dependente não mais apenas da luz elétrica, mas também das comunicações, em especial as possíveis depois da internet. A estrutura em rede da sociedade ganha com o uso da tecnologia um ambiente apropriado – a Internet. Sobre essa sociabilidade, Castells afirma:

Contudo, existe uma enorme mudança na sociabilidade, que não é uma consequência da Internet ou das novas tecnologias de comunicação, mas uma mudança que é totalmente suportada pela lógica própria das redes de comunicação.

É a emergência do individualismo em rede (enquanto a estrutura social e a evolução histórica induz a emergência do individualismo como cultura dominante das nossas sociedades) e as novas tecnologias de comunicação adaptam-se perfeitamente na forma de construir sociabilidades em redes de comunicação auto-selectivas, ligadas ou desligadas dependendo das necessidades ou disposições de cada indivíduo. Então, a sociedade em rede é a sociedade de indivíduos em rede. (CASTELLS, 2006, p 22)

Essas mudanças na sociabilidade estão presentes. Não precisamos mais sair de casa para consumir, para trabalhar, para nos divertir e em muitos casos até para namorar.

As relações entre as pessoas estão cada vez mais mediadas pela tecnologia, pela informática e seus dispositivos, programas, ambientes, cada vez mais fáceis de usar, determinando novas regras comunicativas entre as pessoas. (PELUSO, 1998, p.13). O Twitter faz parte desse contexto.

CAPÍTULO 2

O TWITTER E AS ELEIÇÕES NO BRASIL EM 2010

Art. 57. Resguarda o sigilo do voto um dos processos mencionados abaixo.

I - Consta o primeiro das seguintes providências:

- 1) uso de sobrecartas-oficiais, uniformes, opacas, numeradas de 1 a 9 em séries, pelo presidente, à medida que são entregues aos eleitores;
- 2) isolamento do eleitor em gabinete indevassável, para o só efeito de introduzir a cédula de sua escolha na sobrecarta e, em seguida, fechá-la;
- 3) verificação da identidade da sobrecarta, à vista do número e rubricas;
- 4) emprego de uma suficientemente ampla para que se não acumulem as sobrecartas na ordem em que são recebidas.

II - Consta o segundo das seguintes providências:

- 1) registo obrigatório dos candidatos, até cinco dias antes da eleição;
- 2) uso das **máquinas de votar** (grifo nosso), regulado oportunamente pelo Tribunal Superior, de acordo com o regime deste Código.³⁵

(CABRAL, 2004, p.124)

Neste capítulo, fazemos o percurso da mudança do mundo analógico para o mundo digital considerando as mudanças na sociedade em relação às eleições e as mudanças nas relações entre representantes e representados com o uso das novas tecnologias.

Neste capítulo ainda, trazemos o cenário das eleições presidenciais no Brasil em 2010, com os perfis dos candidatos à presidência da república no Brasil analisados nessa pesquisa.

³⁵ Código Eleitoral Brasileiro - Decreto no 21.076, de fevereiro de 1932.

2.1 As mudanças nas relações entre representantes e representados com as novas tecnologias

As mudanças no mundo, surgidas depois do mundo digital, são cada vez mais rápidas. Mudanças causadas pelos novos dispositivos, novas interfaces, novos meios. O consumo das coisas aumenta com a tecnologia. Tempo é dinheiro, em uma máxima capitalista onde nem o tempo mais é totalmente gratuito. Ficamos “conectados” cada vez mais tempo em diferentes dispositivos. Se antes era a televisão que nos “prendia” em sua frente, hoje os aparelhos celulares, tablets, notebooks, e tantas categorias quantas possam seduzir os consumidores desse mundo acelerado nos acompanham em quase todos os lugares.

As ciências sociais e humanas tomam essas mudanças que alteram o cotidiano como foco de estudo e buscam compreender novas formas de fazer “coisas novas”. Mas também novas formas de se fazer as “coisas velhas”. Com os elementos que compõem uma democracia isso também não é diferente.

As campanhas eleitorais, parte importante de nossa democracia, estão acompanhando esse mundo digital e conectado. O contato corpo-a-corpo agora também pode ser chamado de um contato “perfil-a-perfil”. Se no mundo real o candidato precisa se aproximar e convencer o eleitor a lhe dar um voto para que o represente, isso não muda no mundo digital. Mas os meios mudam!

As práticas conhecidas no mundo real são criadas, recriadas, adaptadas. “Falar” com cada eleitor passa a não ser apenas uma metáfora. As redes sociais, blogs, o – já envelhecido – e-mail, e em especial nessa eleição em 2010, principalmente o Twitter.

As mudanças nas relações entre representantes e representados, candidatos e eleitores, partidos políticos e sociedade civil, entre outras tantas que acontecem em uma eleição mudam com as novas tecnologias de comunicação e informação.

Essas tecnologias estão mudando essas relações, criando mecanismos de interação e troca de texto, áudio e vídeo, permitindo uma “pista de mão dupla” no caminho dessa informação, característica não disponível nos meios

de comunicação de massa anteriores à internet, o rádio e a televisão como maiores exemplos, e com crescente utilização na última década do séc. XX.

Termos novos, como a ciberdemocracia, passam a fazer parte da discussão sobre política e da ciência política. A democracia no ciberespaço começa a ser estudada e referenciada como uma nova maneira de se fazer política:

En efecto, los términos como “ciberdemocracia”, “democracia electrónica” y similares se limitan a señalar el rasgo material autoevidente de unos nuevos soportes de la circulación de mensajes con contenido o función política. El cambio de las presentaciones materiales de los discursos y representaciones política. (DADER, 1999, p. 178)³⁶

Mesmo com os termos ainda em disputa, assim como ocorre com outros conceitos novos, já se percebe que o mundo digital passa a ser um importante local da discussão política, do acesso aos eleitores, da difusão de ideias.

E como é um mundo ainda sendo descoberto, exatamente como as Américas do início da modernidade, aqueles que chegam primeiro são os “colonizadores” desse novo mundo e com isso ajudam a criar as práticas de uso, dando pistas de como utilizar esse mundo virtual nas questões do mundo real.

O uso dessas tecnologias de comunicação na internet tem um marco importante nas eleições presidenciais americanas de 2008. O então candidato Barack Obama, que inicialmente não ocupava um lugar de protagonista na política americana, apesar de ser senador por seu estado, usou a internet de modo estratégico onde o contato com o eleitor se deu de diferentes e múltiplas formas e uma das táticas adotadas foi o acesso direto ao eleitor através do Twitter.

Wilson Gomes faz uma análise dessa campanha e conclui que a campanha de Barack Obama, depois eleito presidente dos Estados Unidos:

³⁶ De fato, termos como "ciberdemocracia", "democracia eletrônica" e similares servem apenas para identificar os recursos dos novos suportes de circulação de mensagens com conteúdo ou função política. A mudança no discurso de apresentação de materiais e representações políticas. (tradução nossa)

[...] consistiu em transformar uma rota considerada acessória em campanhas políticas – o universo das trocas de informações digitais e on-line – numa via alternativa à campanha mediada pelos meios de massa. Em geral, as campanhas contemporâneas (inclusive as campanhas políticas) vêm adotando três rotas de produção de informação, imagem e persuasão: primeiro, as redes de comunicação de massa, principalmente a TV, como rota principal; depois, as redes sociais (que também são redes de comunicação, interpessoal), como rota secundária e complementar; por último, as redes sociais digitais, as redes de comunicação e relacionamento baseadas no universo digital, grande parte on-line, empregadas em geral como rotas acessórias.

A campanha de Obama estabelece um novo padrão quando dedica considerável quantidade de energia, perícia e recursos à terceira rede, ao par com sua crescente importância social. Com isso, consegue gerar uma sofisticada alternativa de comunicação e relacionamento às outras duas rotas tradicionais, alcançar e comprometer um considerável universo de eleitores engajados na cultura da conexão digital e, por fim, transformar duas dúzias de ferramentas e recursos das redes digitais e os seus muitos milhares de usuários em participantes da sua campanha. (GOMES, 2009, p.39)

Ou seja, sem esquecer-se das mídias já consideradas tradicionais como as mídias de massa, a campanha na internet de Obama, utilizou os novos recursos de maneira extremamente eficiente e vencedora, servido de modelo a diversas campanhas no resto do mundo, incluindo as campanhas no Brasil.

Certamente não foi apenas o uso dessas novas tecnologias que escreveram o nome de Obama como o primeiro presidente negro nas páginas da história dos Estados Unidos da América. A conjuntura política americana teve um papel importante nesse processo – as ferramentas são apenas ferramentas e na eleição norte americana isso não foi diferente, mas foi uma das grandes novidades, permitindo ao então candidato “falar diretamente” com seus eleitores.

Esse contato através da internet, utilizando de diversas ferramentas digitais como as redes sociais, os blogs e o Twitter, permitiu a campanha de Obama arrecadar dinheiro, construir uma rede de apoio popular e multiplicar seu discurso político, com uma dimensão não vista em eleições anteriores, principalmente, utilizando uma maneira de falar com jovens eleitores em seus mundos digitais.

Neste trabalho, o uso do Twitter nas eleições presidenciais brasileiras é investigado e analisado, esse tema aparece também no blog oficial do Twitter, com o texto reproduzido abaixo:

Brazil - This year, all three Presidential candidates were tweeting about their campaign in the first round of the election, and the community responded with their own voice throughout.³⁷

2.2 O Cenário eleitoral e as eleições presidenciais no Brasil em 2010

Um dos problemas de pesquisa centrais deste trabalho, leva em consideração qual o cenário eleitoral durante o período pesquisado. Na definição desse cenário, a aproximação com o Twitter começa pelo próprio uso que a justiça eleitoral brasileira fez dessa ferramenta.

Essa aproximação acontece em função do próprio uso do Twitter pelos candidatos, como um meio de comunicação direta com o eleitor. A legislação acompanha as mudanças que acontecem na sociedade, incorporando algumas delas como parte de seus ritos, processos e caminhos de solução para os problemas inerentes a uma eleição. Isto é observado não apenas na eleição de 2010, mas também em eleições anteriores e nas legislações que as regulam.

A epígrafe desse capítulo apresenta o artigo 57³⁸, do código eleitoral de 1932, com uma referência à máquina de votar, tornando-a possível de ser utilizada nas eleições a partir daquele ano, mas que efetivamente só foi utilizada nas eleições de 1996³⁹, em municípios com mais de 200 mil habitantes e em 2000 em todos os municípios do Brasil.

A eleição de 2010 teve seu regramento atualizado pela lei eleitoral 12034, de 29 de setembro de 2009, que no artigo 57, permite a propaganda eleitoral após o dia 5 de julho de 2010, incluindo aí o mundo digital. Com isso, a

³⁷ Brasil - Este ano, todos os três candidatos presidenciais foram twittando sobre sua campanha no primeiro turno da eleição, e a comunidade respondeu com sua própria voz por toda parte. (tradução nossa) – Texto exibido no blog oficial do twitter, em 22 de outubro de 2010 http://blog.twitter.com/2010_10_01_archive.html. Acesso em 14 jan. 2012.

³⁸ Decreto no 21.076, de fevereiro de 1932.

³⁹ <http://www.tre-sp.gov.br/urna/historico.htm>. Acesso em: 14 jan. 2012.

propaganda nas mídias sociais – como o Twitter, foi liberada pela justiça eleitoral brasileira no mesmo período das mídias convencionais.

Um fato que gerou uma repercussão grande no sentido de se questionar a legislação eleitoral, foi protagonizado pelo candidato a vice-presidente da república Índio da Costa. No dia 04 de julho de 2010, antes, portanto do período permitido pela legislação eleitoral, Índio enviou os tweets com os seguintes textos:

A responsabilidade é enorme. Mas conto com o seu apoio e com o seu voto.

“Serra Presidente: O Brasil pode mais” .

"Vou dar tudo de mim. Vamos para as ruas eleger Serra Presidente" .

"A mobilização aqui na rede fará a diferença, conto com você".

"Juntos aqui na rede faremos a diferença".

O ministério público eleitoral (MPE) aplicou uma multa de R\$ 5.000,00 a coligação do candidato Serra por propaganda eleitoral antecipada no Twitter. Em seu voto, o ministro Henrique Neves da Silva fundamenta a sua decisão em alguns pontos importantes sobre o que é o Twitter e como é seu uso pelas pessoas.

Mesmo que várias pessoas considerem o “Twitter” uma rede de interação, um dos seus criadores, o americano Jack Dorsey, declarou ao jornal espanhol “El País” não considerar o Twitter uma rede social, mas uma ferramenta de comunicação. Do mesmo modo, outro cocriador, Biz Stone, afirma que a ferramenta é uma rede de informações.

Estudos realizados em diversos países concluem que a ferramenta desenvolvida está mais para um meio de difusão do que uma conversa íntima entre amigos, ainda que não seja possível negar que ela também apresenta, em alguns casos, características de interação que definem uma rede social.

Nesse aspecto, não há como simplesmente considerar que o uso do Twitter, especialmente nas campanhas eleitorais, está direcionado apenas à interação e “troca de ideias em ambiente

restrito às pessoas previamente cadastradas", como afirma a defesa.⁴⁰

O ministro ao analisar o caso caracteriza o Twitter como uma ferramenta de comunicação e não apenas uma conversa íntima entre pessoas. Define ainda que as características do Twitter o definem também como uma rede social. O ministro prossegue seu voto:

O acesso às páginas de divulgação de qualquer usuário do Twitter independe de prévio cadastramento. Basta digitar a URL que o acesso à página é franqueado. O livre acesso ao conteúdo, contudo, pode ser restringido pelo usuário, mediante a edição de suas preferências na utilização da ferramenta. Caso opte por essa restrição, terceiros não cadastrados terão acesso apenas a alguns dados do usuário e à informação que ele optou proteger seus tweets.

No caso, o representado não optou por restringir as mensagens contidas em sua página, permitindo que qualquer pessoa, ainda que não cadastrada no Twitter, tivesse acesso ao conteúdo divulgado.⁴¹

Ao entender que o cadastramento prévio dos usuários não impede que qualquer pessoa possa acessar o conteúdo das suas mensagens, desde que os tweets não sejam protegidos, o ministro Henrique Neves da Silva observa que o perfil do candidato Índio da Costa não está protegido, e com isso, acessível à qualquer pessoa.

Em suas considerações, o ministro demonstra a força da potencialidade do Twitter ao exemplificar que uma possível mensagem enviada para seus usuários, seria multiplicada pelos retweets com todas as redes das pessoas que reenviarem os tweets.

Por outro lado, a ferramenta utilizada permite que o usuário siga a página de outras pessoas, o que significa dizer que qualquer mensagem inserida na página seguida também será quase que instantaneamente exibida na página do seguidor. Inversamente, isso significa que toda e qualquer mensagem

⁴⁰ 182524 DF , Relator: Min. FÁTIMA NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 18/07/2010, Data de Publicação: MURAL - Publicado no Mural, Data 18/07/2010) – Acesso em: 14 jan. 2011

⁴¹ Ibid.

introduzida pelo usuário em sua página será exibida em todas as páginas das pessoas que o seguem.

No caso do representado, como se verifica do documento de fls. 9, no momento das transmissões contestadas pela inicial, ele seguia 897 usuários, era seguido por 40.677 pessoas e fazia parte de 685 listas de interesse.

Em outras palavras, ao inserir uma mensagem em sua página no Twitter, o representado, ao invés de simplesmente interagir com um único usuário, divulgou para outros 40.676 a mesma informação.

Nessa proporção não se considera a réplica da mensagem que comumente ocorre com o uso da função "retweet", por meio da qual qualquer usuário pode incluir a mensagem recebida em sua página, atribuindo o crédito ao autor original e divulgando-a para aqueles que o seguem, elevando a divulgação de forma exponencial.⁴²

O ministro não acata os argumentos da defesa do candidato Índio da Costa, entendendo que os tweets enviados fora do período permitido por lei, atingem toda a sociedade e não apenas os seguidores do candidato Índio da Costa.

Em razão dessas características, entendo não ser possível acatar os argumentos da defesa no sentido da divulgação do conteúdo inserido pelo representado não pretender atingir o conhecimento geral da sociedade.⁴³

O debate sobre o Twitter ainda permanece nos tribunais superiores e não há consenso sobre o uso do Twitter como propaganda eleitoral. Esses entendimentos não definitivos são em parte causados pelo pouco tempo de criação do Twitter.

Apesar disso, o uso Twitter na sociedade teve um crescimento muito rápido. Foram incorporados recursos para facilitar o seu uso e a tradução para o português, assim como para diversos outros idiomas permitem ao usuário utilizar a ferramenta na sua língua nativa. Com isso, seu uso no cotidiano das pessoas é facilitado.

O próprio Tribunal Superior Eleitoral do Brasil utilizou o Twitter como um canal de informações nas eleições de 2010 e oficializa isso em um comunicado postado na sua página oficial na internet, reproduzida a seguir:

⁴² Ibid.

⁴³ Ibid.

22 de abril de 2010 - 12h00

A partir de hoje (22) as notícias do TSE serão publicadas também no Twitter

A partir desta quinta-feira (22) o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) passa a utilizar mais uma ferramenta de comunicação com seu público. Com a posse do ministro Ricardo Lewandowski na Presidência da Corte, as notícias do TSE passarão a ser divulgadas também pelo Twitter, rede social criada em 2006 e reconhecida por sua grande agilidade e abrangência.

Desde o final do ano passado já está no ar o perfil 'TSEjusbr' na rede social, no entanto, até o momento a atualização era feita por meio da Secretaria de Tecnologia da Informação (STI) de maneira automática, ou seja, todas as novidades que entravam na página do TSE eram automaticamente encaminhadas aos seus seguidores.

Agora, a Assessoria de Imprensa irá coordenar as notícias que serão enviadas por meio de textos jornalísticos. Até às 12h de hoje, a página do TSE mostra que 1.161 usuários seguem o tribunal na rede. Com isso, os usuários terão acesso, em primeira mão, às decisões mais relevantes da Corte e ficarão informados sobre a preparação das Eleições 2010. Além disso, serão divulgados, em tempo real, flashes das ações que chegam à Corte e das decisões e dos julgamentos mais importantes, entre outros temas.

Além de levar informações à sociedade em tempo real, a ferramenta vai tornar mais fácil o trabalho de quem produz notícias sobre a Justiça Eleitoral. Nesse sentido, o Twitter se junta ao "Centro de Divulgação da Justiça Eleitoral", o sítio na internet em que são divulgadas notícias sobre o dia-a-dia do Tribunal.

Também está disponível, no Centro, um banco de imagens com fotografias dos ministros da Corte e dos principais acontecimentos; reportagens e programas de televisão e vídeos institucionais no link TV; reportagens de rádio e áudio de entrevistas e de declarações de ministros no link Rádio; e uma área com notícias enviadas pelos Tribunais Regionais Eleitorais de cada estado. O objetivo é tornar cada vez mais acessível à sociedade os principais acontecimentos da Justiça Eleitoral.⁴⁴

Essa primeira parte do comunicado mostra que o TSE utiliza o Twitter como uma importante ferramenta de comunicação, que em conjunto com outras descritas, o aproximam da sociedade. Justifica essa incorporação do Twitter com um complemento do comunicado, reproduzido a seguir:

Sobre a nova ferramenta

⁴⁴ Disponível em:

<http://www.tse.gov.br/sadAdmAgencia/noticiaSearch.do?acao=get&id=1297489>

O Twitter completou quatro anos de existência no último mês de março e contabiliza cerca 100 milhões de usuários no mundo, e aproximadamente 5 milhões no Brasil, segundo sítios especializados em tecnologia. Personalidades da política, instituições públicas e privadas, artistas e jornalistas estão entre os usuários mais ativos e que têm aproveitado a agilidade e facilidade de uso desta nova ferramenta para se comunicar com seus seguidores.

O microblog permite que os usuários cadastrados exponham, em no máximo 140 toques – os chamados “tweets”, que podem ser pensamentos, notícias, feitos, projetos, ideias, links para fotos, vídeos ou textos.

O usuário que se cadastra na rede escolhe livremente a quem pretende seguir no Twitter. Ao clicar para seguir alguém, o usuário passa a receber, em sua página inicial e em tempo real, as mensagens postadas por aquele usuário.

Como a interface do Twitter é simples e as mensagens têm tamanho máximo de até 140 caracteres, a rede tem demonstrado grande potencial para uso nos atuais aparelhos de celular, conhecidos como smartphones, considerados por muitos profissionais da área de tecnologia como o futuro da comunicação. A mobilidade permite o aprimoramento da comunicação do Judiciário com a sociedade, de forma ágil e democrática.

Acompanhe as notícias do Tribunal Superior Eleitoral no Twitter (<http://Twitter.com/TSEjusbr>)⁴⁵

E essa referência ao Twitter procura resumir a ferramenta, com a importância crescente, pela aceitação de uso com o número de usuários crescendo rapidamente, descreve seu funcionamento e uso.

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) é o órgão da justiça brasileira que coordena as eleições no país. As eleições diretas para presidente da república ocorrem em períodos de 04 anos, com voto universal e obrigatório para todos os eleitores entre 18 e 70 anos e facultativo a partir do 16 anos e depois dos 70 anos. Uma democracia estável, apesar do pequeno espaço de tempo que nos separa do período da ditadura militar (1964-1985), com uma justiça eleitoral eficiente e atualizada tecnologicamente, principalmente quando levamos em consideração a extensa área territorial do país.

Em 2010 nove candidatos participaram das eleições, no amplo leque partidário brasileiro com 27⁴⁶ partidos políticos, coligados em alianças eleitorais.

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Disponível em: <http://www.tse.gov.br/internet/partidos/index.htm>

Mas apesar desse número relativamente grande de candidatos, o que se observa na prática, é que poucos candidatos conseguem reunir em torno de si uma densidade política e estrutural para criar uma possibilidade real de eleição.

O quadro a seguir mostra as candidaturas consideradas aptas pelo tribunal superior eleitoral.

Nome do candidato		Nome para urna eletrônica	Número	Situação	Partido	Coligação	
280000000005	BR	DILMA VANA ROUSSEFF	DILMA	13	Deferido	PT	PARA O BRASIL SEGUIR MUDANDO
280000000017	BR	IVAN MARTINS PINHEIRO	IVAN PINHEIRO	21	Deferido	PCB	Sem Coligação
280000000009	BR	JOSE LEVY FIDELIX DA CRUZ	LEVY FIDELIX	28	Deferido	PRTB	Sem Coligação
280000000003	BR	JOSÉ MARIA DE ALMEIDA	ZÉ MARIA	16	Deferido	PSTU	Sem Coligação
280000000015	BR	JOSE MARIA EYMAEL	EYMAEL	27	Deferido	PSDC	Sem Coligação
280000000011	BR	JOSÉ SERRA	JOSÉ SERRA	45	Deferido	PSDB	O Brasil Pode Mais
280000000001	BR	MARIA OSMARINA MARINA DA SILVA VAZ DE LIMA	MARINA SILVA	43	Deferido	PV	Sem Coligação
280000000019	BR	PLÍNIO SOARES DE ARRUDA SAMPAIO	PLÍNIO	50	Deferido	PSOL	Sem Coligação
280000000007	BR	RUI COSTA PIMENTA	RUI COSTA PIMENTA	29	Deferido	PCO	Sem Coligação

QUADRO 2.1: Candidaturas consideradas aptas pelo tribunal superior eleitoral

Organização: O autor

Fonte: TSE⁴⁷

As eleições presidenciais no Brasil em 2010 foram realizadas com esses candidatos. Nesta pesquisa foram considerados os tweets dos três principais candidatos.

⁴⁷ Informação disponível no site do TSE – <http://divulgacand2010.tse.jus.br/divulgacand2010/jsp/framesetPrincipal.jsp> . Acesso em 12 ago. 2010.

2.2.1 - Candidaturas e Candidatos

As mensagens (tweets) analisadas no neste trabalho estão vinculadas aos candidatos à presidência da república que tiveram suas candidaturas homologadas pela justiça eleitoral e disputaram a eleição presidencial em 2010. As candidaturas pesquisadas neste trabalho são: **PARA O BRASIL SEGUIR MUDANDO, PARTIDO VERDE** e **O BRASIL PODE MAIS**.⁴⁸

● PARA O BRASIL SEGUIR MUDANDO

Uma coligação com os partidos PRB / PDT / PT / PMDB / PTN / PSC / PR / PTC / PSB / PC DO B. A candidata à presidência da república é **Dilma Vana Rousef**, nascida em Belo Horizonte, Minas Gerais em 14 de dezembro de 1947. Candidata do Partido dos Trabalhadores, com o numero 13 e o nome DILMA na urna eletrônica.

A coordenação da campanha nas mídias digitais ficou a cargo de Marcelo Branco.⁴⁹

● PARTIDO VERDE

O partido verde não fez coligações nas eleições presidenciais. A candidata à presidência da república é MARIA OSMARINA MARINA DA SILVA VAZ DE LIMA, nascida em Rio Branco, Acre, em 08 de fevereiro de 1958. Candidata pelo Partido Verde, com o número 43 e com o nome MARINA SILVA na urna eletrônica. O coordenador da campanha da candidata Marina na internet foi o jornalista Caio Tulio Costa.⁵⁰

⁴⁸ Informação disponível no site do TSE – <http://divulgacand2010.tse.jus.br/divulgacand2010/jsp/framesetPrincip.jsp> . Acesso em 12 ago. 2010.

⁴⁹ Endereço de acesso para o evento MediaOn, no Itaú cultural, realizado no dia 10 de nov. 2010. Foram entrevistados os coordenadores de campanha para os meios digitais nas eleições presidenciais de 2010, dos três principais candidatos. <http://videoreporter.blogspot.com/2010/11/coordenadores-de-campanhas.html#more>. Acesso em 12 dez. 2010.

⁵⁰ Ibid.

• **O BRASIL PODE MAIS.**

Uma coligação com os partidos PTB / PPS / DEM / PMN / PSDB / PT DO B. O candidato à presidência da república é José Serra, nascido em São Paulo, capital em 19 de março de 1942. Candidato pelo Partido da social democracia brasileira, com o numero 45 e com nome JOSÉ SERRA na urna eletrônica. A coordenação do site oficial do candidato Serra ficou a cargo da jornalista Soninha Francine.⁵¹

O quadro abaixo contém um breve perfil dos candidatos pesquisados, que foi divulgada pelas campanhas desses candidatos, já com seus endereços públicos de campanha e endereço no Twitter.

Candidato	Perfil	Endereços
Dilma Rousseff (PT)	Formada em Economia, foi secretária estadual de Minas, Energia e Comunicação no Rio Grande do Sul. No governo Lula, foi ministra de Minas e Energia e depois ministra-chefe da Casa Civil.	http://www.dilmanaweb.com.br/ e Twitter: @dilmabr
José Serra (PSDB)	Ex-governador de São Paulo, já foi deputado federal, senador e ministro da Saúde e do Planejamento no governo FHC. Tem formação superior em Economia, concluída no Chile, e em Engenharia, pela Universidade de São Paulo.	http://www.serraescreve.blogspot.com e Twitter: @joseserra_
Marina Silva (PV)	Formou-se em história. Foi vereadora em Rio Branco, deputada estadual e senadora. Atuou no governo Lula como ministra do Meio Ambiente, de 2003 a maio de 2008. Participou da fundação do PT, do qual se desfilou em 2009.	http://www.minhamarina.org.br/ e Twitter: @silva_marina

QUADRO 2.2: Biografia e endereço eletrônico dos candidatos

Organização: O autor

Fonte: <http://www.dilmanaweb.com.br> - www.serraescreve.blogspot.com - www.minhamarina.org.br

⁵¹ Ibid.

2.2.2 Criação dos perfis no Twitter

O início do uso do Twitter só acontece após a criação de um perfil de uso, com o nome do usuário que será sua identidade pública. Os candidatos pesquisados criaram seus perfis no Twitter em períodos bastante distintos.

A candidata Dilma, criou seu perfil e no dia 11 de abril de 2010, enviou seu primeiro tweet, sendo a última dos três candidatos investigados por esta pesquisa a criar seu perfil.

Este é o primeiro tweet de Dilma:



[dilmabr](#) Dilma Rousseff

Bom dia, boa tarde, boa noite p/ quem me lê em qualquer lugar do mundo. Começo hoje minha aventura no Twitter. Quero aprender c/ vcs.

11 Abr 10 [Favorito](#) [Retweetar](#) [Responder](#)

A candidata Marina fez seu primeiro tweet em 22 de janeiro de 2010.



[silva_marina](#):

Espero q esta campanha seja feita c debates e ã c embates. Devemos demonstrar na prática os principios éticos q defendemos p gestao publica [2010-01-22 21:26:59](#)

O candidato Serra foi o primeiro dos três candidatos pesquisados a enviar um tweet. Este é o primeiro tweet de José Serra em 18 de maio de 2009:



[joseserra](#)

: Inaugurando meu Twitter. Sejam bem-vindos! [2009-05-18 21:18:43](#)

Nestes primeiros tweets dos candidatos podem-se perceber abreviações, no caso de Dilma e Marina e uma mensagem bem curta no caso de Serra. O limite de 140 caracteres é obrigatório, e a preocupação com essa característica das mensagens fica evidente. E é com esse quadro que as eleições presidenciais, com o uso do Twitter, aconteceram em 2010.

CAPÍTULO 3

O USO DO TWITTER NAS ELEIÇÕES NO BRASIL

A ciência pode classificar e nomear os órgãos de um sabiá
mas não pode medir os seus **encantos**.
A ciência não pode calcular quantos cavalos de força existem
nos **encantos** de um sabiá.
Quem acumular muita informação perde o condão de adivinhar:
divinare.
Os sabiás divinam.
(BARROS, 2009, p. 53) (grifo nosso)

A poesia emprestada de Manoel de Barros inaugura esse terceiro capítulo. Nele, mostramos o caminho das definições iniciais da pesquisa e da coleta dos dados. Descrevemos também a metodologia utilizada para que, depois de coletar e organizar os tweets dos candidatos a presidente da república no Brasil em 2010, possamos analisar os dados e chegar ao final dessa pesquisa.

Os sabiás do poeta divinam, nós não. O acúmulo das informações coletadas não vai servir para nenhuma adivinhação, mas sim para uma aproximação ao objeto estudado. E vai ainda procurar descobrir um pouco mais do objeto, ao se aproximar e caminhar pelas informações coletadas, preparando as conclusões finais dessa pesquisa.

A ciência não pode calcular quantos cavalos de força existem nos **encantos** de um sabiá, mas a ciência e seus métodos nos ajudam a entender esses caminhos novos a serem descobertos, escondidos nos “piados”⁵² dados durante a campanha. Essa pesquisa exploratória vai tentar entender esses (en)**cantos**.

⁵² Referencia ao sentido original de tweet – piado de um pássaro.

3.1 Histórico do Twitter

Explicar a origem das coisas nem sempre é uma tarefa simples. Pontos de vista diferentes, distâncias físicas e temporais e até mesmo informações muitas vezes conflitantes podem fazer de um histórico um dissenso. Com essas questões presentes, fomos buscar nas referências públicas primárias - sites e blogs - da empresa e do criador, as informações sobre a origem do Twitter.

Jack Dorsey criou o Twitter pensando na mobilidade, onde mesmo com a portabilidade dos laptops, ele pensava em um aplicativo para trabalhar com mensagens no computador no mesmo formato de SMS⁵³. Mensagens instantâneas para contarmos aos outros, o que estávamos fazendo, “um meio imediato de publicação limitada ou de comunicação indireta”. (DORSEY, 2006)

Nessa imagem, fotografada de uma folha de papel, o desenho mostra como seria o sistema de envio de mensagens.

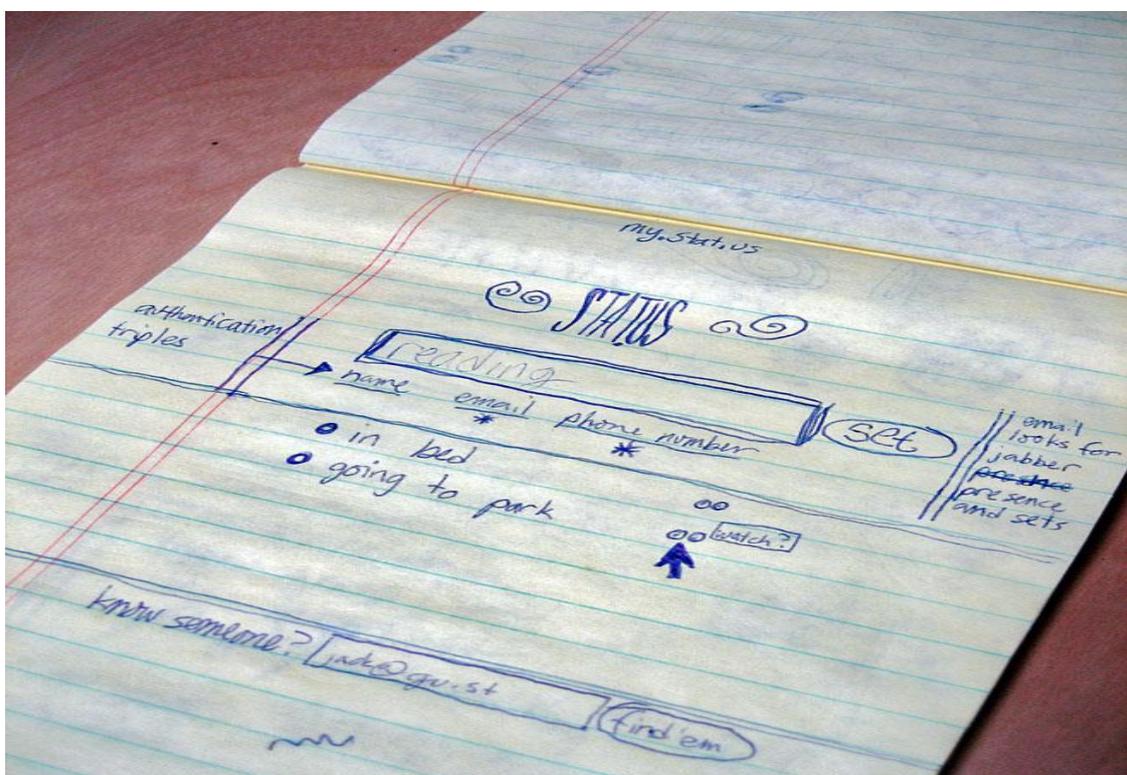


FIGURA 3.1: Primeiro desenho do Twitter

Organização: O autor

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/jackdorsey/182613360/> - Acesso em 15 jun. 2010.

⁵³ SMS – Short Message Service - Mensagens enviadas pelo celular.

O primeiro nome pensado por Jack Dorsey para o Twitter, foi stat.us. Percebe-se no desenho a palavra STATUS, no alto da folha, indicando já no desenho inicial, a principal característica do Twitter, “saber o que está acontecendo no momento”, pergunta essa que se apresenta no início do Twitter que usamos hoje e substituiu a pergunta anterior” o que você está fazendo?”.

Em 31 de maio de 2000, Dorsey inscreveu-se em um novo serviço chamado LiveJournal, onde era o usuário 4136, com uma conta permanente. Morava em Oakland, Califórnia e estava iniciando uma empresa para enviar correios e mensagens de emergência através da web. Em uma noite de julho desse ano, Dorsey teve a ideia de fazer um serviço semelhante ao LiveJournal “ao vivo”. Nos cinco anos seguintes pensou nesse conceito, tentando colocá-lo em seus projetos profissionais. No sexto ano, trabalhando em uma empresa chamada Odeo, a ideia tomou forma. Surgiu o twttr⁵⁴.

Este é, considerado por Dorsey, o primeiro tweet, onde convidava os colegas de trabalho a usar o Twitter.



FIGURA 3.2: Tela do primeiro tweet
Organização: O autor

⁵⁴ Twttr – Primeiro nome do que hoje conhecemos como twitter.

Fonte: <http://Twitter.com> - Acesso em 15 jun. 2010.

Para enviar essa mensagem, Dorsey usou o Twttr, primeira versão já funcional do que viria a ser o Twitter, já com um formato muito parecido com o Twitter atual.

E esta é a tela do twttr em 21 de março de 2006, onde já aparece a pergunta que esteve presente nos primeiros anos do Twitter, “What are you doing?”⁵⁵

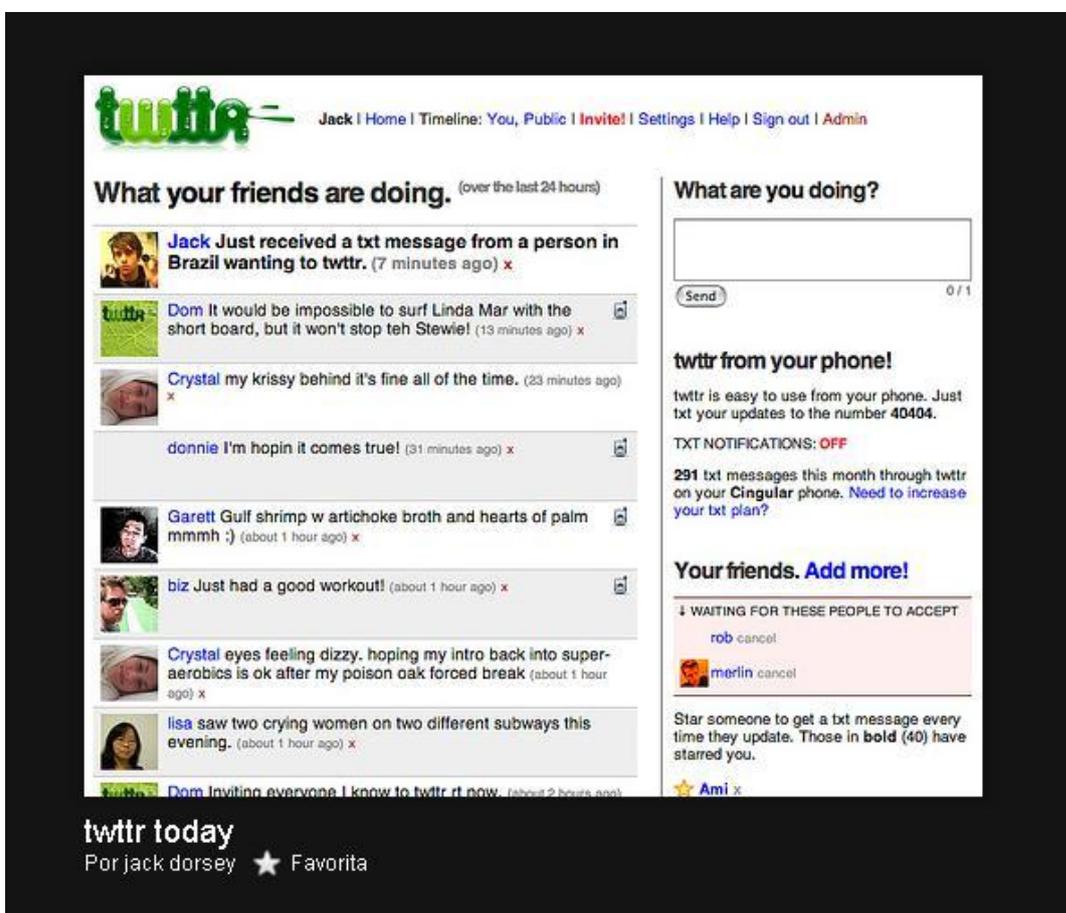


FIGURA 3.3: Tela do twttr, primeira versão do Twitter.⁵⁶

Organização: O autor

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/jackdorsey/188430472/in/photostream/> - Acesso em 15 jun. 2010.

⁵⁵ What are you doing? – Em português: O que você está fazendo?

⁵⁶ -Esta foto foi tirada da tela do twitter em 12 de julho de 2006 e disponível no endereço - <http://www.flickr.com/photos/jackdorsey/188430472/in/photostream/>

O nome – Twitter – foi escolhido pelo duplo sentido da palavra em inglês, conforme o próprio criador anuncia em um de seus primeiros tweets:

“- The name Twitter came from @Noah Glass⁵⁷ & the Oxford English: "a short inconsequential burst of information, chirps from bird - "⁵⁸

Mark Dorsey, Biz Stone e Evan Willians criaram a empresa Obvious Corporation, em março de 2006 e transformaram a ideia de Dorsey em grande produto e um grande negócio, com crescimento muito rápido. Alguns números⁵⁹ mostram isso.

O primeiro bilhão de tweets levou três anos, dois meses e um dia. Esse mesmo bilhão de tweets leva apenas uma semana para ser realizado.

Em 11 de março de 2011, foram enviados 177 milhões de tweets. Em 12 de março foram criadas 572 mil novas contas no Twitter, com média diária de 460 mil novas contas em fevereiro de 2011. E os números não param de crescer.

3.2 Interface, ambiente e principais conceitos do Twitter

A Interface do Twitter é no período de coleta dos dados dessa pesquisa, ainda que em constante mudança na tecnologia de suas funcionalidades, muito parecida com o esboço criado por Dorsey em uma folha de papel.

Procuramos destacar alguns dos principais conceitos do Twitter e onde localizá-los dentro da tela que aparece em nosso navegador da internet, sem procurar esgotar as suas funcionalidades, mas caracterizando seu uso e com isso, auxiliar na compreensão de como o Twitter foi utilizado pelos candidatos à presidência da república nas eleições de 2010.

⁵⁷ Noah Glass é um dos primeiros programadores do twitter.

⁵⁸ Em português - "o nome Twitter veio de @Noah Glass e do Oxford English: "uma pequena explosão inconsequente de informações, silvos de ave"

⁵⁹ Dados de 14 de março de 2011, disponíveis em: <http://blog.twitter.com/2011/03/numbers.html>

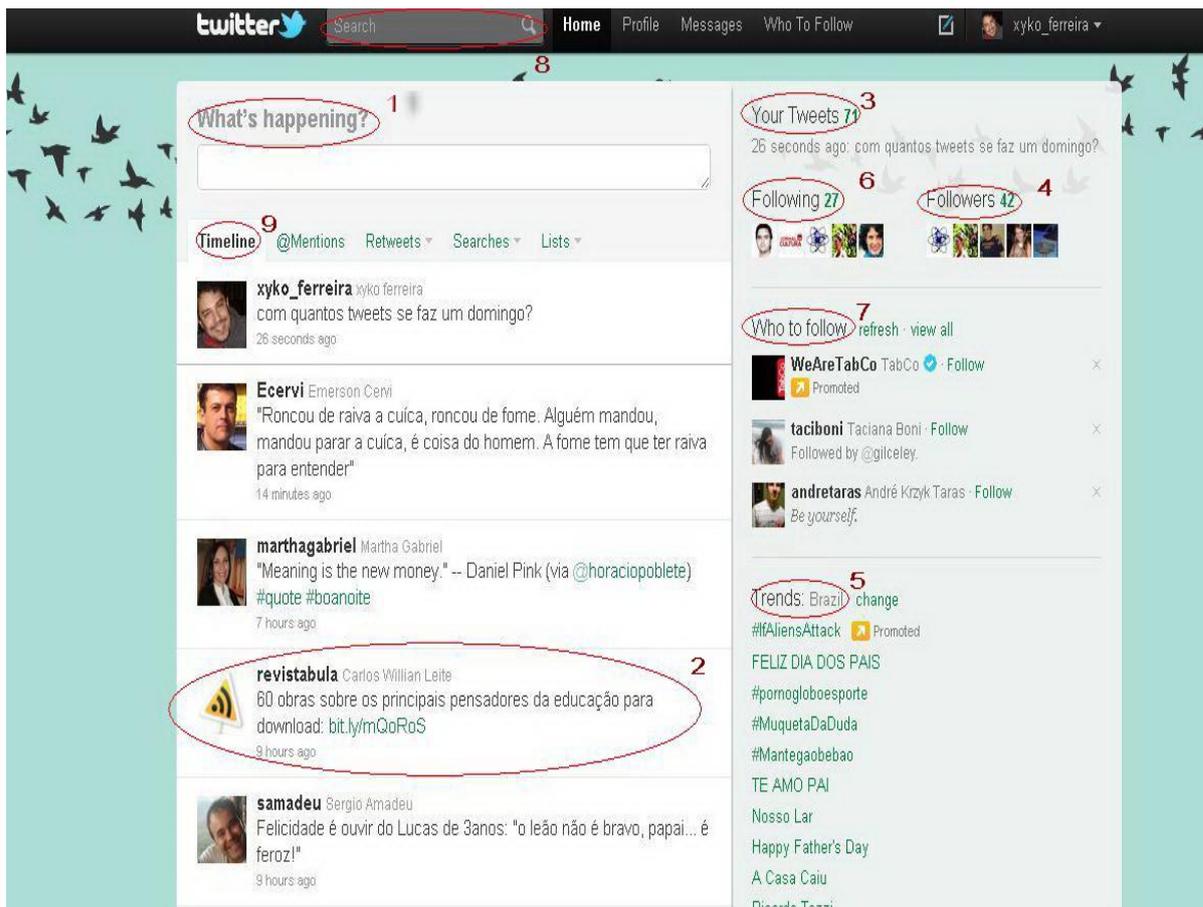


FIGURA 3.4: Interface do Twitter no período da pesquisa
Organização: O autor
Fonte: <http://www.Twitter.com> - Acesso em 22 ago. 2011.

Observando o quadro acima, a partir da numeração dos seus componentes, expomos na sequência o significado e a função de cada elemento.

1 - What's Happening? – O que está acontecendo? –

Essa é a essência do Twitter, saber o que está acontecendo no momento. Quem responde essa pergunta são os próprios usuários, ao digitarem em no máximo 140 caracteres – herança do conceito inicial da mobilidade, mensagens nos celulares, curtas. Cada mensagem dessas é chamada de Tweet. O tamanho de 140 caracteres aumentou a demanda por encurtadores de URL.⁶⁰

⁶⁰ Encurtadores de URL – Uniform Resource Locator – Localizador Padrão de recursos – É o caminho todo até o arquivo solicitado. Com o aumento de arquivos na circulando na rede, os

2 – Tweet – São as mensagens enviadas pelo usuário dentro do Twitter.

A imagem associada ao perfil do usuário e seu nome, o texto enviado, e algumas informações de data e hora. Ao longo dessa pesquisa, essa interface mudou e o formato de data e hora foi modificado. Essas mudanças foram tratadas e identificadas na coleta e organização dos dados. Todos os tweets dos três principais candidatos à presidência da república foram coletados durante o período definido para essa pesquisa.

Podemos ainda reenviar uma mensagem recebida, essa ação é chamada de Retweet (RT). Essa ação de “retuitar” faz com quem um assunto ganhe importância dentro da rede. Ação parecida com as mensagens “boca a boca”, o primeiro modo de se levar uma informação para outras pessoas, mesmo sem nenhuma tecnologia para isso.

3 – Your Tweets – Seus Tweets

Informa o número de tweets efetuados desde o início do uso do Twitter pelo usuário.

4 – Followers – Seguidores

São os usuários do Twitter que irão receber o tweet enviado. Diferente de algumas redes sociais, como o Orkut e o Facebook, no Twitter o usuário adiciona quem ele quer seguir e não quem o segue. Ou seja, não escolhemos quem recebe os nossos tweets, esses usuários é que irão escolher quem seguir. Para fazer referência a um usuário, utilizamos o nome que ele cadastrou no início do uso do Twitter, sempre precedido por @⁶¹.

Para enviar uma mensagem ao criador do Twitter, por exemplo, basta fazer a referência de quem vai receber essa mensagem no início - @Jack. Com as pessoas que nos seguem também podemos enviar mensagens privadas, chamadas pelo Twitter de Direct Message (DM), utilizando a referência D antes do nome do usuário. Um tweet que comece com D @Jack será recebido somente por @Jack.

nomes para chegar até o arquivo são maiores. Os encurtadores de URI transformam um endereço completo em um nome abreviado, facilitando o uso dentro dos 140 caracteres.

⁶¹ O símbolo @ também é utilizado nos nomes de e-mail.

5 – Trends – Tendências – São os assuntos mais comentados no momento.

Pode-se escolher o país ou todo o mundo. Quando se quer especificar um assunto ou uma palavra chave, utiliza-se o símbolo #. Esse símbolo é chamado de Tag em inglês, ou etiqueta, em português.

6 – Following – Seguindo

São os usuários do Twitter que, ao enviar seus tweets, eles irão ser direcionados para o meu perfil. A escolha desses usuários a serem seguidos é livre, sem nenhum outro vínculo obrigatório, como por exemplo, eles seguirem o perfil de quem os adiciona.

7 – Who to follow – Quem seguir –

Sugestões de quem seguir geradas pelo Twitter com base no perfil do usuário.

8 – Search – Pesquisa –

Janela para entrada dos termos para pesquisa dentro do Twitter.

9 – Timeline – Linha do tempo –

Uma lista com todos os tweets direcionados para o perfil do usuário, inclusive os dele próprio.

Ao longo desse trabalho, outros termos ligados diretamente ao Twitter serão descritos e definidos.

3.3 O Twitter

O humor nos ensina a olhar para o nosso redor e rirmos de nós mesmos, dos nossos erros, medos e desafios. Em um esquete do grupo inglês Monty Python, um dos personagens está com um livro aberto e não sabe como utilizá-lo. Para aprender como funciona o livro, recebe a visita de um “técnico” para ajudá-lo a usar o “novo objeto”. Esse “novo objeto”, desconhecido até então para ele, precisa ser decifrado para ser utilizado. Após algumas explicações, sempre utilizando coisas consideradas óbvias, o “usuário” está pronto para utilizar o “novo objeto”⁶².

Hoje, usar um livro é uma coisa automática, abrimos e pronto. Mas, se nunca ninguém tivesse visto um livro, essa questão “para que serve” seguida da questão “como usar” não seriam de todo estranho. Isso acontece com uma frequência cada vez maior em relação aos novos objetos, programas, dispositivos que o “mercado” apresenta. A inovação tecnológica é cada vez mais rápida criando conceitos e interfaces não conhecidas anteriormente, ou modificando usos de objetos já conhecidos, como no exemplo dos livros eletrônicos, com objetivo similar ao do livro convencional, porém com uma interface diferente, ainda em constante mudança.

Essa sensação de estranheza é comum nos dias de hoje quando nos deparamos com objetos novos, criados para atender necessidades que ainda nem sabíamos que iriam existir - exatamente como descrito na literatura de Garcia Márquez, que ao falar do mundo, na sua imaginária Macondo, dizia que era um “... *mundo tão recente que muitas coisas careciam de nome e para mencioná-las se precisava apontar com o dedo*” (MARQUEZ, s/d, apud IANNI, 2000, p.37), sensação nada rara nesse nosso novo mundo digital quando tentamos entender um novo dispositivo ou aplicativo, como próprio Twitter.

O Twitter tem características híbridas de ferramentas conhecidas, como os mensageiros instantâneos (como o MSN⁶³), os blogs (o Twitter é definido como um microblog) e as mensagens enviadas por celulares, preservando a

⁶² Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=eE2K4ry3l64&feature=related>

⁶³ MSN - Programa de mensagens instantâneas da Microsoft.

ideia original de Mark Dorsey, criador do Twitter em 2006 e apresenta um uso crescente e com potencialidades ainda sendo descobertas.

O uso do Twitter tem de certa forma substituído o envio de e-mails, que é uma prática comum desde o início do uso da internet: o envio de informações, imagens, vídeos para muitas pessoas através de uma lista, ou quaisquer outras referências através dessas listas, o que tira do receptor a opção de escolha sobre aquela informação, ou o tipo de informação que recebemos de determinadas pessoas. O Emissor cadastra seus receptores faz um “envio de massa”. Essa prática pode criar um grande volume de e-mails a ser lidos, muitas vezes com informações não tão relevantes ou desejadas por quem às recebe.

Com o Twitter, isso muda. Quem deseja receber essas informações passa a “seguir” a pessoa que envia, recebendo praticamente da mesma maneira que a anterior, porém com a opção de escolha.

Mas muda também para quem envia as informações. Como não consegue escolher para quem vai a sua mensagem enviada, o interesse em fazer com que as pessoas desejem receber essa informação passa a ser do emissor. Se não tem o que dizer, dificilmente alguém vai querer receber essa informação.

3.4 O percurso metodológico

Em nosso posicionamento inicial, em como olhar sobre o objeto, a primeira definição foi sobre qual a distância que esse objeto seria estudado. Como nos ensina Ginzburg, (1998, p. 36), é preciso olhar as coisas como se vistas pela primeira vez, com o olhar renovado, superando as aparências, procurando alcançar a realidade.

Olhar o Twitter de muito perto, significaria se preocupar mais com a ferramenta em si do que com o uso que esta sendo feito dela. A proximidade dificulta a visão do todo e vice versa. Mas o caminho de compreensão do Twitter é obrigatório. O estudo do seu uso pelos candidatos está diretamente

ligado à como o Twitter é estruturado, por isso, o detalhamento do seu histórico e de como funciona com seus conceitos básicos de uso foi necessário e é apresentado neste capítulo, junto com a metodologia de pesquisa utilizada para a coleta e tratamento dos dados.

A compreensão de que o Twitter é um produto, desenvolvido por uma empresa e que segue algumas lógicas comerciais, mesmo que ainda não visíveis totalmente nesse pouco tempo de existência, é essencial. É um dos novos e grandes negócios desse início de século XXI. O Twitter segue algumas lógicas de mercado, sem esquecer que o objetivo vital de uma empresa é o lucro. Essa questão está presente, mas os olhares estão voltados nesse momento para o uso do Twitter nas eleições presidenciais, pelos principais candidatos a presidência da república.

A primeira consulta foi à própria empresa que desenvolve o Twitter, através dos canais de comunicação disponíveis para o contato com o usuário⁶⁴. As perguntas sobre o histórico do Twitter, seu processo de desenvolvimento e mudanças e alguns números da empresa foram enviadas através desse canal e essa consulta teve uma resposta, aparentemente automática e que não trazia nenhuma das questões solicitadas.

A resposta está na figura a seguir:

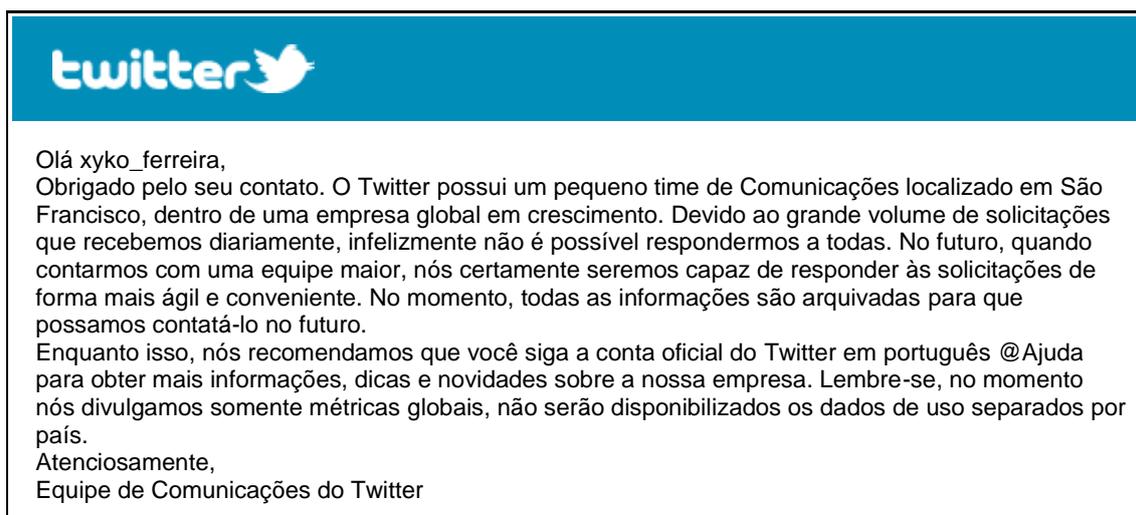


FIGURA 3.5: Resposta do Twitter às perguntas iniciais

Organização: O autor

Fonte: <http://www.Twitter.com> - Acesso em 22 ago. 2011

⁶⁴ A consulta foi efetuada no endereço <https://support.twitter.com/forms/press>

Pode-se observar no endereço de destino a conta de usuário que solicita a pesquisa (xyko_ferreira) seguida de um texto padrão que não atende às questões solicitadas. Com isso a pesquisa dessas questões foi feita no blog da empresa e gerou o item 3.1 – O Twitter – Histórico e principais comandos.

A redundante observação sobre a dificuldade de encontrar literatura acadêmica com maior profundidade sobre o objeto pesquisado passa a ser um desafio a ser vencido na hora de construir um modelo adequado de coleta, tratamento e análise dos dados pesquisados.

O critério seguinte foi determinar um período de coleta de dados que coincidissem com o início da propaganda eleitoral gratuita nas rádios e televisões. Apesar das ações de campanha dos candidatos de fato terem sido iniciadas muitos meses antes do período legal, onde ocorre uma fase mais aguda de interesse da população pelas informações sobre as campanhas eleitorais, crescendo até o encerramento da campanha, pouco antes do dia da votação.

Uma preocupação inicial também presente foi de como guardar os dados que seriam analisados, preservando sua integridade de possíveis modificações futuras. Foi ainda considerado que o número de usuários tem aumentado de forma intensa e esse aumento poderia ocasionar alguma situação inesperada, como dados apagados pelo próprio Twitter, por exemplo. Essa preocupação faz sentido se observamos as questões de segurança de informações e se considerarmos que o Twitter ainda está em fase de crescimento de uso e com alguma instabilidade.

Com essas questões presentes, todos os tweets dos candidatos analisados foram copiados para um arquivo texto e armazenados em um depósito de dados local, com cópias de segurança. Essa prudência inicial se mostrou correta durante o período de coleta dos dados. O Twitter “apagava” os dados e se não tivesse sido feito o armazenamento local, não seria possível ao final das eleições obtermos todos os dados postados através da coleta direta do Twitter.

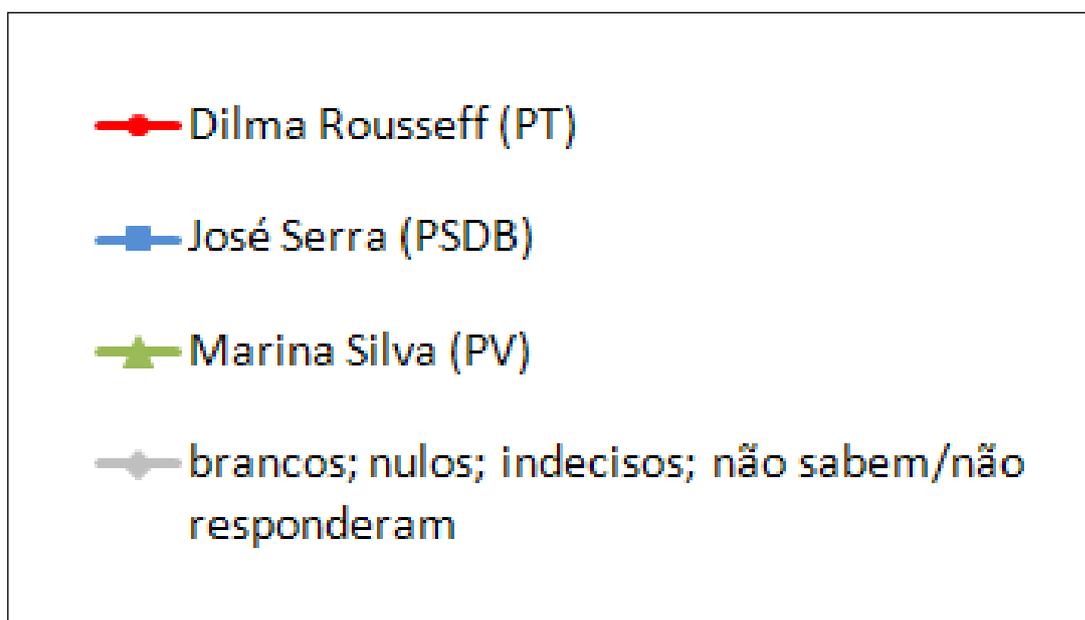
Outra definição importante nessa fase foi escolher quais os candidatos teriam seus perfis coletados e analisados. Como as pesquisas pré-eleitorais

apontavam uma relativa polarização entre dois candidatos e um terceiro candidato com chances de crescimento, esse foi o caminho seguido.

Para essa pesquisa então, foram considerados os três principais candidatos a presidência da república no Brasil em 2010. Para chegar a esses três sujeitos dessa pesquisa, foi considerada a média das pesquisas eleitorais no início da propaganda eleitoral gratuita. Esse recorte foi necessário pela expectativa de um grande volume de dados caso fosse feita a coleta de todos os tweets de todos os candidatos.

Atitude essa também foi tomada pela maioria dos veículos de comunicação que fizeram a cobertura das eleições presidenciais de 2010 no Brasil, colocando foco nos três principais candidatos.

A seguir, apresentamos essas pesquisas pré-eleitorais, onde todos os gráficos seguintes utilizam da legenda abaixo:



QUADRO 3.1: Legenda dos gráficos dos institutos de pesquisa

Organização: O autor

Fonte: <http://politicando.blog.br/?p=972>. Acesso em 10 nov. 2010.

Os institutos considerados para esse recorte foram o Datafolha, Ibope, Sensus e Vox Populi. Os gráficos a seguir representam as intenções de voto dos candidatos.⁶⁵

⁶⁵ - Todos os gráficos estão no endereço <http://politicando.blog.br/?p=972> – Blog Politicando de Fabrício Vasselai. Acesso em 10 de nov. 2010.

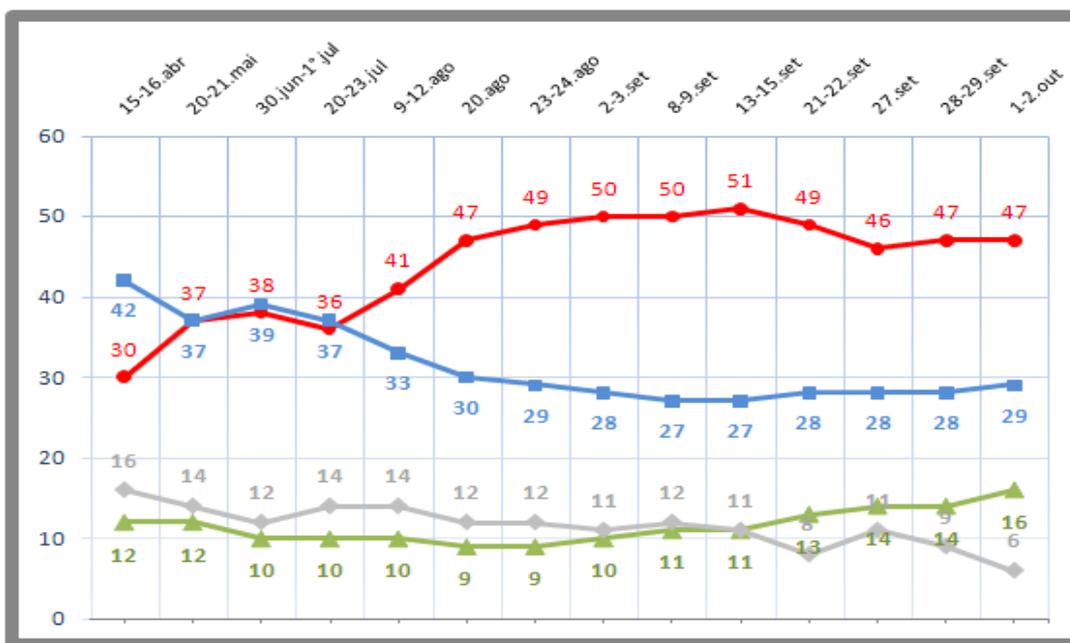


GRÁFICO 3.1: Pesquisa de intenção de voto - Datafolha

Organização: O autor

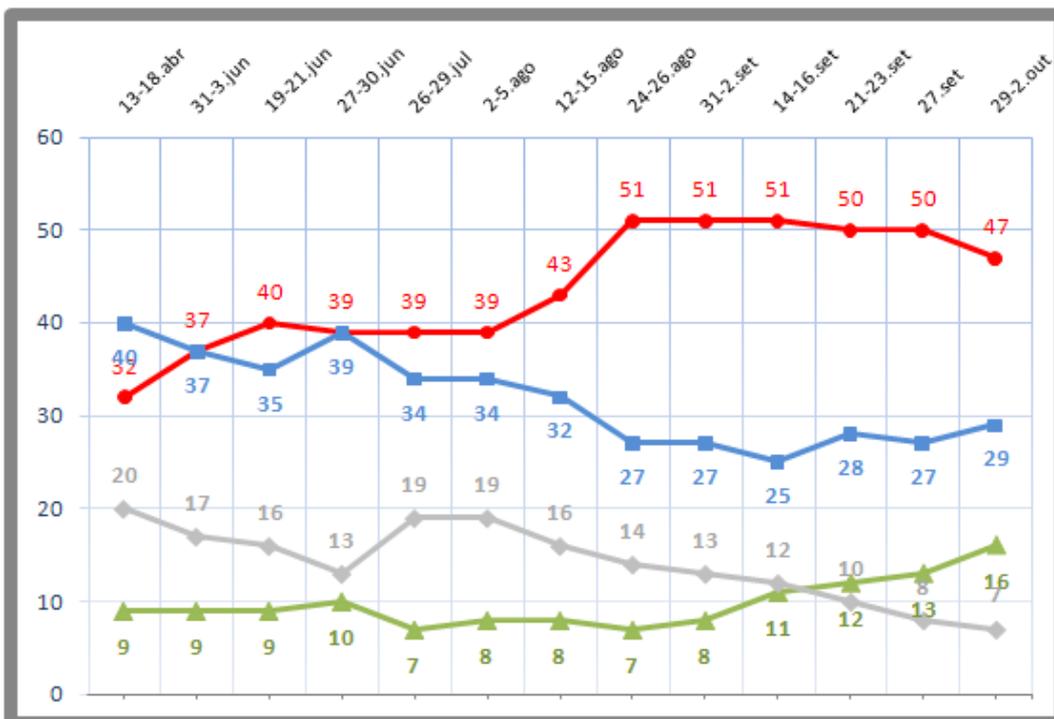
Fonte: <http://politicando.blog.br/?p=972>. Acesso em 10 nov. 2010.

GRÁFICO 3.2: Pesquisa de intenção de voto - Ibope

Organização: O autor

Fonte: <http://politicando.blog.br/?p=972>. Acesso em 10 nov. 2010.

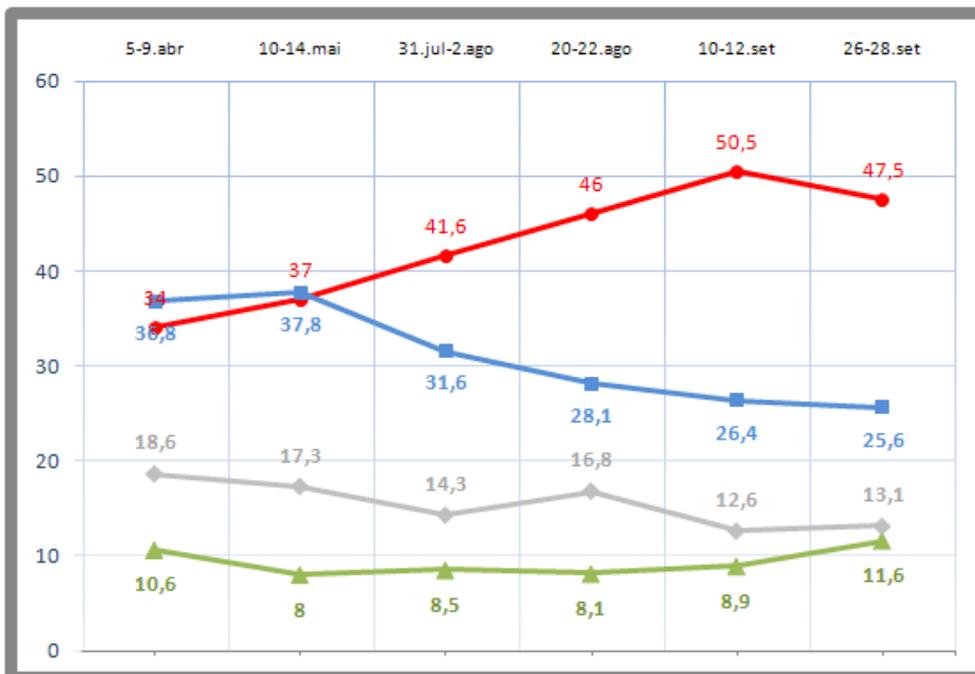
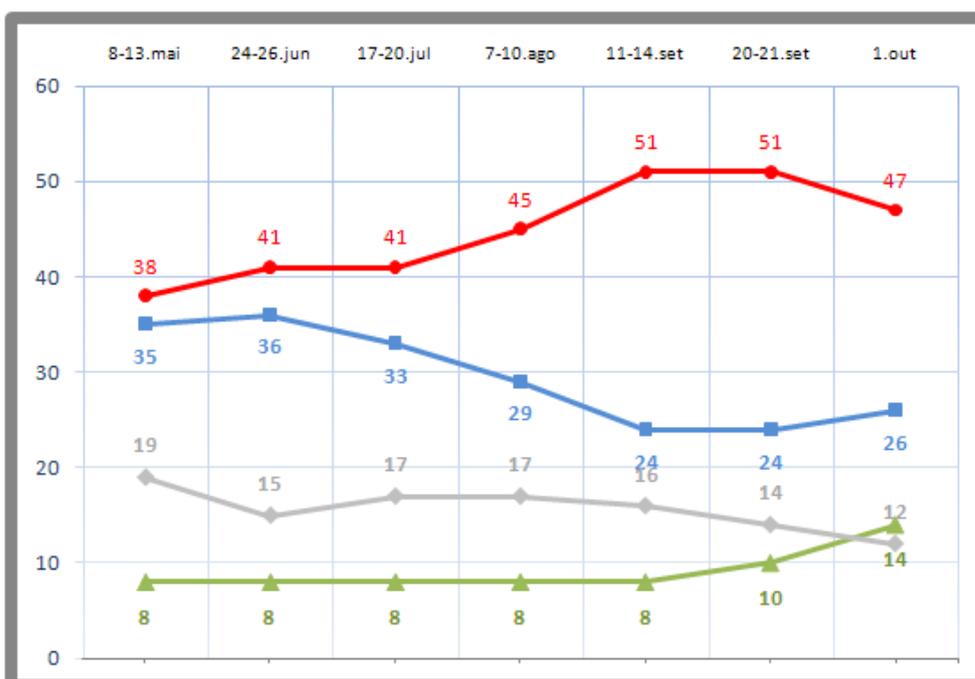


GRÁFICO 3.3: Pesquisa de intenção de voto - Sensus

Organização: O autor

Fonte: <http://politicando.blog.br/?p=972>. Acesso em 10 nov. 2010.



3.4: Pesquisa de intenção de voto - Vox Populi

Organização: O autor

Fonte: <http://politicando.blog.br/?p=972>. Acesso em 10 nov. 2010.

GRÁFICO

Os quatro institutos que trazem os números das pesquisas mostram números semelhantes e já apresentam os três candidatos que são analisados nesse trabalho, Dilma Rousseff, José Serra e Marina Silva.

Entre 06/07/2010 e 06/11/2010 foram feitas seis coletas, gerando seis arquivos textos no mesmo formato que o Twitter apresenta. O Twitter, assim como os blogs, apresenta uma “visualização invertida”. Sempre estamos vendo como primeira postagem, a postagem mais recente. À medida que vamos descendo a tela, as postagens mais antigas são mostradas. Isso faz todo o sentido para o uso original da ferramenta, ou seja, saber o que está acontecendo no momento.

O quadro a seguir apresenta o primeiro tweet de cada um dos candidatos, dentro do período de coleta dos dados.

 <p>silva_marina</p> <p>Acompanhem e fiquem atentos ao debate sobre o Código Florestal que acontece neste momento no Congresso http://migre.me/UICdTue Jul 06 2010 11:06:19 (Hora oficial do Brasil) via HootSuite</p>
 <p>dilmabr</p> <p>Hoje começa uma fase nova, com o início da campanha oficial. Vamos fazer uma caminhada no centro de Porto Alegre, e amanhã em São Paulo. Tue Jul 06 2010 10:05:06 (Hora oficial do Brasil) via mobile web</p>
 <p>joseserra</p> <p>Gostei de ver a animação aqui. Muita gente ficou esperando até depois da meia-noite, só pra mandar seu 1º tweet de campanha. Agora é legal! 1:42 AM Jul 6th via web</p>

QUADRO 3.2: Primeiro tweet dos candidatos dentro do período de coleta dos dados

Organização: O autor

Fonte: <http://Twitter.com>. Acesso entre 06/07/2010 e 06/11/2010.

Durante o período de coleta dos dados, o Twitter passou por pequenas mudanças no formato dos tweets. Essas mudanças fizeram com que os dados

coletados tivessem uma disposição diferente em alguns campos o que gerou um trabalho adicional no momento da conversão desses tweets em campos de texto em uma tabela, para a análise dos dados. O processo de conversão foi praticamente manual, utilizando de ferramentas disponíveis no editor de textos e na planilha. Foi criada uma cópia dos dados postados no Twitter e transferido para um editor de textos.

A primeira conversão foi uma homogeneização dos dados, retirando marcas de controle, tabulações, marcas de final de linha e a foto dos candidatos, reduzindo a simplesmente texto. A coleta com todos os tweets gerou um arquivo texto de 232 páginas, que foram reduzidas a uma única planilha, gerada no próprio editor de textos, com o seguinte formato de registro. O quadro a seguir exemplifica isto.

Candidato	Tweet	Data	Obs.:
silva_marina Marina Silva	Todos os que estão comprometidos com a preservação e a proteção das nossas florestas e dos nossos rios devem ficar vigilantes neste momento.	6 minutes ago Favorite Retweet Reply	
silva_marina Marina Silva	Nos últimos dias, surgiram informações sobre articulação dos ruralistas para aprovar mudanças no Código Florestal. Não podemos aceitar isso.	13 minutes ago	
joseserra José Serra	Volto depois de 15/11. Boa noite a todos.	21 hours ago	

QUADRO 3.3: Modelo da tabela dos dados já convertida em planilha

Organização: O autor

Fonte: <http://Twitter.com>. Acesso entre 06/07/2010 e 06/11/2010.

Além do trabalho inerente às conversões de formato entre programas diferentes, grande parte desse trabalho sendo feito manualmente, outra correção foi necessária. A mudança dos dados referentes às datas, em muitos tweets era apresentada como no quadro acima, ou seja, somente informando

quanto tempo atrás foi feito o tweet. Uma opção importante foi em acrescentar o campo data para facilitar a análise dos dados, sem perder a informação original.

Esta planilha então foi modificada, exemplificada no quadro a seguir:

Candidato	Tweet	Data	Obs.:
silva_marina Marina Silva	Todos os que estão comprometidos com a preservação e a proteção das nossas florestas e dos nossos rios devem ficar vigilantes neste momento.	6 Nov	6 minutes ago Favorite Retweet Reply
silva_marina Marina Silva	Nos últimos dias, surgiram informações sobre articulação dos ruralistas para aprovar mudanças no Código Florestal. Não podemos aceitar isso.	6 Nov	13 minutes ago
joseserra José Serra	Volto depois de 15/11. Boa noite a todos.	6 Nov	21 hours ago

QUADRO 3.4: Tabela de coleta dos dados modificada

Organização: O autor

Fonte: <http://Twitter.com>. Acesso entre 06/07/2010 e 06/11/2010.

Esse formato simples é bastante versátil para filtrar, localizar e comparar as informações, podendo a qualquer momento incluir novas colunas com referências que se façam necessárias, sem que seja preciso criar ou customizar um programa específico para tal, com as vantagens de um custo menor e também de menor tempo para desenvolvimento – o tempo necessário pra se desenvolver um programa é maior que o usado para preparar os dados dessa maneira.

Neste ponto, com o cenário desta pesquisa já trabalhado no capítulo 2 e com os dados coletados e depositados de maneira que possibilite consultas, as perguntas levantadas inicialmente precisam de respostas e retornamos a dois dos problemas centrais dessa pesquisa: Qual o conteúdo das mensagens? Que resultado isso trouxe para o modo dos candidatos se relacionarem com a sociedade no contexto eleitoral?

3.5 Conteúdos das mensagens

Uma questão emerge nesse momento: como agregar as mensagens em categorias? Para resolver essa questão, separamos os tweets dos candidatos em quatro categorias: 1) Agenda / Notícias da campanha; 2) Mensagens / comentários / Respostas; 3) Plano de governo – Posicionamento político-ideológico; 4) Saudações de início ou final de uso no Twitter. Além das categorias pesquisadas, outras duas categorias surgiram durante a análise dos dados e são: O uso dos links e a Repercussão fora do Twitter.

Para isso, após a análise de cada tweet, foi acrescentada à planilha, uma coluna chamada de CATEGORIA, inserida logo após o conteúdo da mensagem, como exemplificada no quadro abaixo:

Candidato	Quem fez o tweet	Tweet	Categoria	Data	Data e hora como coletado
Serra	joseserra_	Numa entrevista, anunciei 2 professores por sala de aula no 1º ano, pra reforçar a alfabetização. Fiz na prefeitura: http://migre.me/15g44	plano de governo - posicionamento político/ideológico	17/ago	Tue Aug 17 2010 01:56:54 (Hora oficial do Brasil) via web
Marina	silva_marina	Educação é muito mais que isso http://migre.me/10yPx RT @ Pluralneuro EDUCAÇÃO SE RESUME A CONSTRUÇÃO DE ESCOLAS?	plano de governo - posicionamento político/ideológico	16/ago	Mon Aug 16 2010 20:05:06 (Hora oficial do Brasil) via Hoot Suite
Dilma	dilmabr	Vejam a nossa proposta para universalizar remédios gratuitos para hipertensão e diabetes: http://migre.me/158qT	plano de governo - posicionamento político/ideológico	16/ago	Mon Aug 16 2010 19:08:07 (Hora oficial do Brasil) via web

QUADRO 3.5: Planilha de coleta dos dados modificada

Organização: O autor

Fonte: <http://Twitter.com>. Acesso entre 06/07/2010 e 06/11/2010.

A separação dos tweets em categorias apresenta a dificuldade da sobreposição de conteúdos em relação a essas categorias. Alguns tweets poderiam ser classificados em mais de uma categoria ao mesmo tempo, situação essa de difícil equação nesse modelo de tratamento dos dados e, portanto, realizada com critérios subjetivos do pesquisador.

Com a tabela que contém os dados definida e já acrescida da análise dos tweets referente às categorias a serem estudadas, também foi possível concluir algumas relações quantitativas presentes nos dados. Essa análise quantitativa auxilia na compreensão do conteúdo das mensagens e de como foi o uso do Twitter pelos candidatos durante o período pesquisado.

No período de 06/07/2010 até 06/11/2010, foram coletados 2277 tweets, enviados pelos perfis criados pelos três candidatos. A tabela abaixo demonstra isso:

Tabela 3.1 Total de tweets coletados no período de 06/07/2010 até 06/11/2010, enviados pelos candidatos Dilma, Marina e Serra

	Tweet	%
Dilma	169	7,42
Marina	1107	48,62
Serra	1001	43,96
Total de tweets	2277	100,00

Organização: O autor

Fonte: www.Twitter.com - Acesso entre 06/07/2010 e 06/11/2010.

Esta primeira análise quantitativa nos apresenta algumas relações interessantes de como foi o uso da ferramenta Twitter pelos candidatos. A candidata Dilma se apropriou de maneira bastante discreta da ferramenta, com uma utilização pequena em quantidade de tweets - 169, o que representa 7,42 % de todos os tweets coletados, número bastante abaixo dos dois outros candidatos. O candidato Serra vem em seguida, com 1001 tweets e 43,96% dos tweets coletados e a candidata Marina com o maior número de tweets durante o período da coleta, com 1107 tweets que representam 48,62 % de todos os tweets coletados.

A tabela acima demonstra numericamente a assiduidade do uso do Twitter durante a campanha, onde a candidata Dilma enviou um número pequeno de tweets. Em contrapartida, os candidatos Serra e Marina tiveram um uso maior e semelhante, com número de tweets relativamente próximo. Essa diferença de uso aparece também quando separamos os tweets em categorias.

Os conteúdos dessas mensagens, já separadas em quatro categorias são descritos a seguir:

3.5.1 Agenda / Notícias da campanha.

Foram agrupados nessa categoria todos os tweets relacionados às agendas da campanha, indicativos de eventos e notícias relacionadas ao dia a dia do candidato.

Tabela 3.2 Total de tweets coletados no período de 06/07/2010 até 06/11/2010, enviados pelos candidatos Dilma, Marina e Serra, separados por categoria – Agenda / Notícias de campanha

	Agenda	%
Dilma	41	8,07
Marina	284	55,91
Serra	183	36,02
Total	508	100,00

Organização:
Fonte:

O autor
www.Twitter.com - Acesso entre 06/07/2010 e 06/11/2010.

Nesta categoria manteve-se a regra geral de utilização do Twitter pelos candidatos: Marina fazendo um uso maior da ferramenta, com quase 56% dos tweets dessa categoria, com 284 tweets. Em seguida, Serra próximo dos 36%

com 183 tweets e completando o quadro desta categoria, Dilma com perto de 8% e 41 tweets. Abaixo, extrato demonstrativo da categoria por candidato:

Dilma	Caminhada em Bauru um sucesso,c/ @Mercadante,Marta,Netinho, companheiros de SP.Edinho comentou que parece campanha de 2ºturno,de tão animada	<u>8/jul</u>
Marina	Alguém de Ouro Preto na escuta? Hoje às 15h vou a uma caminhada na praça Tiradentes. Conto com vocês para chamar amigos	<u>15/set</u>
Serra	Duas fotos bacanas: eu num caixote com um megafone - hoje em Curitiba e 32 anos atrás em SP. http://migre.me/UUwz e http://migre.me/UUwf	7/jul

3.5 2 Mensagens / Comentários / Respostas.

Nesta categoria foram agrupados todos os tweets em que os candidatos respondem perguntas, comentam assuntos ou mandam mensagens para suas redes.

Tabela 3.3 Total de tweets coletados no período de 06/07/2010 até 06/11/2010, enviados pelos candidatos Dilma, Marina e Serra, separados por categoria – Mensagens / Comentários / Respostas

	<i>Mensagens</i>	<i>%</i>
Dilma	120	7,87
Marina	674	44,23
Serra	730	47,90
Total	1524	100,00

Organização: O autor
Fonte: www.Twitter.com - Acesso entre 06/07/2010 e 06/11/2010.

A seguir, alguns exemplos desses tweets.

Aqui, com um aparente pequeno domínio da ferramenta, Dilma responde algo, mas a resposta não esta endereçada a ninguém.

Dilma	Temos aumentado esse percentual ano a ano,e podemos agora dar um salto p/ qualificar a educação. Isso passa pela valorização do professor.	13/jul
-------	--	--------

Marina utiliza o retweet⁶⁶, replicando para a sua rede o tweet do usuário @psustentavel, acrescido da hashtag #Sustentabilidade. Neste tweet ainda direciona para um link. Esse é um bom exemplo do uso do Twitter utilizando os recursos que aumentam a visibilidade da mensagem, replicada para outra rede e não ficando limitada aos 140 caracteres, com o uso do link.

Marina	Ponha o seu olhar sobre o olhar deles RT @psustentavel #Sustentabilidade nas lentes de fotógrafos de todo o mundo http://dld.bz/kJhz	13/jul
--------	---	--------

Aqui Serra responde ao seu seguidor e direciona um link para uma resposta a um tema que o candidato retorna diversas vezes, o fato de utilizar o Twitter de madrugada, de ser notívago, de não gostar de parar de trabalhar. Esse tema aparece diversas vezes nos tweets coletados.

Serra	Sempre me perguntam sobre twittar de madrugada, @artur_pm. Veja minha resposta aqui: http://migre.me/WtC6	13/jul
-------	--	--------

⁶⁶ O uso do retweet aumenta a relação entre usuários, fortalecendo os laços que os unem. Ao reproduzir na sua rede um tweet de outro usuário, toda a sua rede passa a receber esse tweet, abrindo a possibilidade desse usuário que enviou o tweet ser adicionado pelos usuários da rede da Marina,

3.5.3 Plano de governo – posicionamento político/ideológico.

Um destaque nesta categoria é o baixo numero de tweets de Dilma. Além desse pequeno numero de tweets referente ao seu plano de governo, Dilma repetiu um destes 04 tweets, no dia 19/julho com um intervalo de pouco mais de 20 minutos entre um tweet e o outro, de igual conteúdo.

Tabela 3.4 Total de tweets coletados no período de 06/07/2010 até 06/11/2010, enviados pelos candidatos Dilma, Marina e Serra, separados por categoria – Plano de governo – posicionamento político/ideológico.

	<i>Plano</i>	<i>%</i>
Dilma	4	2,17
Marina	138	75,00
Serra	42	22,83
Total	184	100,00

Organização: O autor
 Fonte: www.Twitter.com - Acesso entre 06/07/2010 e 06/11/2010.

Neste tweet, Dilma também faz uso de um link externo para se posicionar a um dos temas que era confrontada constantemente, seu passado de enfrentamento à ditadura.

Dilma	Acho que minha história de vida deixa muito claro por que prefiro as críticas ao silêncio das ditaduras... http://migre.me/16cvs	20/ago
-------	--	--------

Marina utiliza-se muito bem do Twitter para direcionar fortalecer seu posicionamento em relação ao seu plano de governo e suas posições ideológicas.

Marina	Oi @fabiana_praise O nosso plano de governo está aqui para ler e comentar http://bit.ly/ccBXyq	10/set
--------	---	--------

Serra retuitar o tweet de um seguidor que fala sobre o compromisso assumido por Serra.

Serra	RT @felicianofilho: José Serra assume compromisso c/ a Causa#Animal - http://bit.ly/clFdOK	27 Oct
-------	---	--------

3.5.4 Saudações de início ou final de uso no Twitter.

Uma relação de proximidade com a rede é estabelecida com seu uso constante. Muitos usuários do Twitter que “falam” diretamente com sua rede utilizam de saudações iniciais ou finais no uso do Twitter, com diversos tweets ao longo do dia.

Esta categoria mostra claramente como foi o uso de cada um dos três candidatos pesquisados. Dilma novamente utilizou muito pouco o Twitter com essas saudações de início ou final de uso, em seguida, Marina aparece com um percentual baixo, se considerarmos que foi quem mais utilizou o Twitter quantitativamente. Serra, com mais de 75% dessa categoria mostra que foi quem mais fez uso dessa relação direta com seus seguidores, saudando o início e/ou o final do seu uso diário no Twitter.

Tabela 3.5 Total de tweets coletados no período de 06/07/2010 até 06/11/2010, enviados pelos candidatos Dilma, Marina e Serra, separados por categoria – Saudações de início ou final de uso no Twitter.

	Saudação	%
Dilma	4	6,56
Marina	11	18,03
Serra	46	75,41
Total	61	100,00

Organização:

O autor

Fonte:

www.Twitter.com - Acesso entre 06/07/2010 e 06/11/2010.

Os 04 tweets de Dilma nessa categoria acontecem em 6/jul, 8/jul, 18/jul e 22 de agosto, após esse período Dilma não fez mais nenhuma saudação para início ou uso do Twitter.

Dilma	Uma boa noite para todos vocês!	18/jul
-------	---------------------------------	--------

Marina utilizando de duas hashtag, que foram bastante utilizadas durante a campanha: #Marina43 e #OndaVerde

Marina	Amigos conectados da militância online, bom dia. Quero saber quem é de São Paulo para fazer um convite#Marina43 #OndaVerde	29/set
--------	--	--------

Serra foi o candidato que mais utilizou essa categoria, mostrando um uso mais constante, pessoal e íntimo com o Twitter. Neste tweet, novamente o tema de dormir pouco aparece, com um tweet publicado as 2.05 da manha.

Serra	Por isso mesmo, anuncio agora uma indelicadeza para com os indormíveis: vou dormir. Boa noite a todos.	29/jul
-------	--	--------

3.5.5 - O USO DOS LINKS

Além das categorias explicitadas até aqui, outra relação importante foi investigada na base de dados dessa pesquisa, links externos.

O tamanho limitado de 140 caracteres reflete em algumas características importantes: mensagens objetivas ou direcionamentos para outros lugares que contenham o que essa curta mensagem não consegue transmitir. Com isso, 1233 tweets, de um total de 2277 tweets fizeram uso desse recurso, direcionando o usuário para outro endereço com o conteúdo que superava a limitação dos 140 caracteres. No quadro seguinte um exemplo disso.

Dilma direciona um link para um vídeo no youtube que mostra um dos vídeos virais⁶⁷ de grande sucesso durante a campanha. No tweet seguinte, direciona o link para outro serviço bastante utilizado para postar imagens e fotografias.

Dilma	Um grande abraço ao Paulo Reis, o querido DilmaBoy. Visitem os links: www.youtube.com/pauloenriquerwww.galeradadilma.com.br/?p=3244	15/jul
Dilma	Excelente a conversa com líderes religiosos hoje de manhã.Eles me deram muita força.As fotos: http://www.flickr.com/photos/dilma-rousseff/	29/set

Neste tweet, Marina direciona sua resposta para um link de um canal criado no youtube pela sua estrutura de campanha com vídeos da sua campanha.

Marina	O nosso canal é este http://www.youtube.com/msilvaonline RT @fmvaz75 Senadora, a Sra tem algum video de campanha no Youtube?	16/jul
--------	--	--------

Além do canal no youtube que Marina responde neste tweet, o site da candidata traz essa integração de forma bem objetiva, em um modelo muito parecido com o que o presidente americano Barack Obama utilizou na sua campanha em 2008.

O site procura agregar diversos serviços em já na entrada do site coloca o link disponível para colaboração na campanha. Além disso, observamos os outros links como o Orkut, o Twitter, Facebook e Youtube. O site pede ao usuário a colaboração em vários lugares.

⁶⁷ Vídeos virais: Vídeos que tem muitas exibições em pouco espaço de tempo propagando-se na internet rapidamente.

Marina Silva bio : blog : artigos : vídeos & fotos : campanha 2010

Você está em: [Colabore](#)

COLABORE

Veja como ajudar a campanha via internet

- ORKUT**
clique e comece a ajudar agora!
- TWITTER**
clique e colabore já!
- FACEBOOK**
clique e veja com o multiplicar a campanha
- KIT VIRTUAL**
clique e veja com o multiplicar a campanha
- DOE PARA A CAMPANHA**
participe de um novo jeito de fazer política
- DIRETRIZES DE GOVERNO**
clique e participe da construção do programa de governo
- YOU TUBE**
colabore com a Marina no Youtube
- MOVIMENTO MARINA SILVA**
junte-se a mais de 30mil militantes pelo Brasil

blog colabore

Adicione o aplicativo da Marina ao seu Orkut!
Você já conhece o aplicativo de Orkut da Marina? Como o Eu Voto Marinal, você ...

Vamos colaborar no Twitter?

Participe das ações regulares no Orkut!

[Artigos anteriores](#)

FIGURA 3.6: Site da Candidata Marina Silva.
Organização: O autor
Fonte: <http://www.minhamarina.org>. - Acesso em 22 ago. 2011.

Serra também utiliza os links e neste tweet direciona o seguidor para um vídeo de sua visita em Florianópolis. No tweet seguinte, também aponta o link para outros dois endereços onde comemora a marca de 450 mil seguidores no Twitter.

Serra	Mais cedo estive em Florianópolis. Vídeo: http://bit.ly/b2vOKR	24/jul
Serra	Parece que foi ontem, rsrs. Muito obrigado a todos, de coração: http://migre.me/1pDzJ e http://twibbon.com/join/Serra450mil-3 #serra450mil	27/jul

3.5.6 Repercussões fora do Twitter

Assim como em outras campanhas anteriores, mostrar a “força” do candidato indica para os eleitores que sua campanha “cresce” e faz parte da estratégia para aumentar a sua perspectiva de vitória. Carreatas, por exemplo, sempre foram usadas nesse sentido. No Twitter, aconteceram algumas “carreatas virtuais”, chamadas de Twitaço. Isso gerou repercussão não apenas no Twitter, mas nos outros meios de comunicação, gerando um foco ao candidato. Neste tweet, Marina mostra isso:

Marina	.@terra_eleicoes Exemplo desse entendimento é o Twitaço, uma ação autônoma que acontece neste momento http://migre.me/YIJw	20/jul
--------	---	--------

Serra também reproduz na sua rede um tweet falando do twitaço.

Serra	Eu soube que vocês fizeram um twitaço por aqui ontem com o #Vote45. Boa!	18/set
-------	--	--------

A multiplicação da informação, utilizando as redes que são formadas a partir das conexões existentes. Com o Twitaço essas conexões aumentam, assim como os adesivos colocados nos carros nas carreatas.

3.6 Que resultado isso trouxe para o modo dos candidatos se relacionarem com a sociedade no contexto eleitoral

O subitem anterior, qual o conteúdo das mensagens, se confunde com esse, que resultado isso trouxe para o modo dos candidatos de relacionarem com a sociedade.

A mudança nesse relacionamento acontece com o uso da ferramenta. Com exceção da candidata Dilma, que usou de maneira bastante tímida e discreta o Twitter, os outros dois candidatos, Marina e Serra souberam muito bem utilizar, não só o Twitter como uma ferramenta de comunicação na campanha eleitoral, como mudaram sua maneira de se expressar na sociedade. O Twitter faz parte dessa nova maneira.

Ao se apropriarem dessa ferramenta de comunicação que permite falar para muitos seguidores, as mensagens podem ser multiplicadas pelas redes desses seguidores, com isso, o capital social desses atores que operam no Twitter aumenta.

O conceito de capital social esta presente no Twitter, como definido por Recuero e Zago:

O conceito de capital social é frequentemente associado aos valores que circulam nas redes sociais e que são percebidos pelos atores que fazem parte dela. Assim, o capital social é um conceito que possui um duplo aspecto, coletivo e individual, uma vez que é um valor coletivo (Putnam, 2000), mas que pode ser apropriado pelos atores para seus objetivos (Lin, 2001). (RECUERO, ZAGO, 2010 , P. 72)

A campanha presidencial brasileira de 2010 é a primeira campanha onde o uso do Twitter aconteceu de maneira efetiva pelos candidatos. Os três candidatos criaram perfis pessoais, não perfis para a campanha. Os perfis dilmabr, joseserra_ e silva_marina representam as pessoas Dilma, José Serra e Marina, que estão na campanha eleitoral de 2010, candidatos à presidência da república no Brasil. Essa distinção é importante nesse momento de análise dos tweets. Pode-se observar que esses perfis nem sempre eram operados pelo próprio candidato, tirando um pouco da característica intrínseca da ferramenta que é falar em 1ª pessoa.

Quando se envia um tweet, o conteúdo deste pode não ser mais apagado. É como se estivesse falando com toda a rede, on line e mesmo que esse tweet seja apagado alguém que recebeu essa mensagem pode ter feito um retweet e com isso essa informação fica presente na rede.

Essa foi uma preocupação dos candidatos. Pode-se observar nestes dois tweets da candidata Marina, ao corrigir um tweet, fazendo uma alteração em uma palavra.

Os tweets a seguir ilustram isso:

Marina	Queridos irmãos, vocês têm razão sobre o uso inadvertido do verbo rezar. Minha assessoria errou ao digitar a mensagem que ditei. Desculpem.	26 Oct
Marina	Hoje, à tarde, recebi a triste notícia da perda do senador Romeu Tuma. Rezo para que Deus dê sustentação a sua família e a seus amigos.	26 Oct

Estes tweets mostram que não era a candidata quem operava o Twitter quando foi enviada essa mensagem.

Esta apropriação do uso é percebida pelos usuários regulares do Twitter pela própria maneira de utilizar a ferramenta, não de maneira protocolar nem burocrática, mas como uma maneira de falar – e de escutar - com as pessoas.

Já o candidato Serra apresenta no Twitter de uma maneira mais leve, até com risadas (rs) no final das frases, um pouco diferente da figura pública conhecida, que tem um aspecto mais sério e às vezes até sisudo. .

Serra	Pede voto pra família, rsrc RT @Mayane_Serra Tô cansada de responder: você é parente de José Serra. Tio, explica que sou sua sobrinha.♥ RS	17 Oct
-------	--	--------

Foi o candidato que melhor utilizou a ferramenta, não apenas no aspecto político, mas de maneira geral, passeando por temas do cotidiano e aparentemente bem à vontade no uso da ferramenta. Serra demonstra isto ao responder um tweet dizendo que já está seguindo a pessoa para que possa responder por mensagem direta (DM). Sem seguir uma pessoa não é possível responder por DM.

Serra	Pode, claro, eu já estou te seguindo. Abs. RT @annassoll@joseserra_ Minha vó quer falar com vc! Pode ser por DM?	14 Oct
-------	--	--------

Serra começou a utilizar o Twitter em maio de 2009 e manteve seu uso regular mesmo depois das eleições.

Marina também fez um uso bastante intenso e importante do Twitter na campanha eleitoral, apesar de aparentemente menos familiaridade com o Twitter, sensação essa mostrada no exemplo da correção do verbo rezar (orar) que fez ao publicar um tweet, também continuou a utilizar o Twitter depois das eleições se mantendo ativa na ferramenta.

Já Dilma utilizou de maneira discreta e aparentemente deu pouca importância ao Twitter, isso demonstrado na quantidade de tweets e na sua prática de uso após as eleições. Apesar do último tweet falar o contrário, Dilma não continuou a utilizar o Twitter após as eleições, não enviou nenhum tweet durante o ano de 2011 e seu último tweet é de 13 de dezembro de 2010, com o seguinte texto.



Amigos, muito legal ser tão lembrada no Twitter em 2010. Logo eu, que tive tão pouco tempo p/estar aqui c/vcs. Vamos conversar mais em 2011. 13 Dez 10 via web

O Twitter permite a interação dos usuários, a troca de informações, uma relação direta entre os usuários, uma pista de duas mãos, muito diferente do que ocorre nas mídias de massa convencionais, em especial o rádio e a televisão. Essas características são parte de sua grande força. Dilma não utilizou o Twitter dessa maneira e fez um diálogo com o eleitor bastante pequeno. O tweet a seguir pede que as pessoas cadastrem mais dois perfis da campanha de Dilma no Twitter.

Dilma	Pessoal, nessa reta final, recomendo que sigam @dilmanarede e @dilmanaweb para terem informações atualizadas sobre a nossa campanha!	25 Oct
-------	--	--------

Outra relação que é explicitada no conteúdo dos tweets é a mudança que existe com o uso dos meios digitais na campanha política. O Twitter foi

utilizado de maneira direta para incentivar a militância á participar dos debates políticos e das ações políticas existentes.

Marina agradece a militância em um tweet de 20 de julho de 2010 e faz uma referencia a esse tema em um tweet de 23 de setembro de 2010.

Marina	Muito obrigada por suas militâncias no mundo virtual estarem fazendo a diferença na política no mundo real.#euvotomarina	20/jul
Marina	A Internet trouxe muita gente de volta para a mobilização política. A conversa da sala de Marina está começando http://bit.ly/dtWh79	23/set

O chamado para a militância é explícito e já adaptado às novas mídias digitais onde a conversa ocorre. Os meios mudam, mas a militância continua importante em uma campanha e a candidata promove esse encontro de maneira não presencial.

Outras relações existentes nas campanhas tradicionais também aconteceram nos meios digitais, outro exemplo disso é o posicionamento do candidato Serra em relação ao debate promovido pela Folha/UOL e transmitido pela internet, onde afirma ter reconhecido o poder da internet e do Twitter.

Serra	Foi bom participar do debate Folha/UOL.A Internet é um instrumento poderoso. Eu aprendi muito nesses últimos anos,inclusive aqui no Twitter.	18/ago
-------	--	--------

Essa mudança em relação à internet também aparece neste tweet da Marina, trazendo na mensagem uma opinião sobre a internet.

Marina	Para mim, a Internet é uma ferramenta para a boa governança e não apenas um instrumento de autopromoção http://migre.me/ZHeH	24/jul
--------	---	--------

3.7 Conclusão

“No mundo de fins incertos e cronicamente subdeterminados, é o número dos seguidores que compõem a autoridade.”
(BAUMAN, 2001, p.80)

Tudo muito rápido. As mudanças das relações econômicas e sociais que impactam no comportamento das pessoas, as mudanças de hábitos causadas pelo uso crescente da tecnologia, a criação de necessidades não existentes há poucos anos, o consumo da informação e a maneira das pessoas se comunicarem. Tudo muda muito rápido.

O Twitter foi criado em 2006 e em pouco tempo assume um papel de destaque como uma ferramenta poderosa, de múltiplos usos que vão do marketing comercial às causas democráticas.

A discussão do projeto democrático, com um governo do povo e com uma livre competição política e a participação popular, ampliada nos processos de tomada de decisões estão no escopo da discussão da democracia. Para tal, a participação dos cidadãos é vital para a democracia. O capitalismo, nas palavras de Nogueira (2004), “mantém uma relação de amor e ódio com a democracia. A própria natureza concentrada do capitalismo em termos de propriedade, renda e poder restringe e deforma o processo democrático”. E esse mesmo capitalismo contemporâneo que está presente nestes processos acelerados de mudança valoriza o mundo digital da internet e suas ferramentas, como o Twitter. Quanto mais o Twitter cresce, mais próximo fica com a sociedade, e o mundo digital se confunde com o mundo analógico. O Twitter representa parte do mundo que vivemos. O mundo real cada vez mais ligado ao mundo digital.

Mas o Twitter não é uma ferramenta mágica, não opera milagres e não é única. Outras ferramentas têm funções similares ao Twitter. É apenas mais uma ferramenta ou ainda, um meio de comunicação com potencialidade de uso extremamente poderosa com qualidades ainda sendo descobertas. Mesmo assim, a candidata Dilma, vencedora das eleições em 2010, foi quem menos

utilizou o Twitter entre os candidatos pesquisados, demonstrando com uma evidencia explicita na pesquisa empírica a importância relativa do Twitter nestas eleições.

Cabe destacar que o Twitter, enquanto ferramenta eleitoral, pode ser utilizado com diferentes finalidades democráticas, conforme as forças presentes no cenário político-eleitoral e possibilita uma nova esfera de discussões entre representantes e representados na busca pela hegemonia, obtida com a liderança política.

Algumas pesquisas e casos estudados indicam que o Twitter tem pautado boa parte da imprensa (VIEIRA, CERVI, 2010, p.12). Ouvir direto da fonte, de maneira rápida e direta, sem filtros ou intermediários pode garantir boas pautas e com estar nos trending topics⁶⁸ do Twitter.

Em diferentes momentos da campanha, houve o caso de uma matéria ser publicada em *websites* dos *media* tradicionais, ganhar repercussão considerável no *Twitter* e, então, receber uma nova atualização na grande imprensa exatamente por conta da atenção dada pelos participantes da rede social. (JAMIL, SAMPAIO, 2011, p. 214)

As listas de e-mails, blogs, sites, redes sociais já em curva ascendente de usuários e tantas outras maneiras de se comunicar na internet se articulam e rearticulam, procurando criar novas maneiras de chegar até o eleitor e conseguir o seu voto. Nada muito diferente do que sempre foi desde que as eleições passaram a fazer parte da democracia brasileira. Mas com novas ferramentas, como o Twitter.

Outras ferramentas apresentam características e funcionalidades semelhantes à do Twitter, mas em concordância com a frase de Bauman (2001) que abre o momento final desta dissertação, observamos o crescimento do Twitter, com o aumento de número de usuários e com isso o aumento de seguidores, justificando o Twitter como objeto de estudo nesta dissertação. Vale lembrar que esta obra de Bauman (2001) foi escrita alguns anos antes do Twitter ser criado. E quanto mais o Twitter cresce em uso na sociedade mais relevante ficam os usuários que tem muitos seguidores. O Twitter permite

⁶⁸ Trending topics (Trends) – Tópicos de tendência, ver pagina 58.

aumentar reputação com o aumento do número de seguidores, aumentando a relevância do usuário no mundo digital

Essa percepção é explicitada pelo candidato Serra, que foi quem melhor se apropriou da ferramenta nessas eleições, em um tweet postado em cinco de outubro de 2010:

Serra	Caramba, quase 479 mil seguidores! A nossa comunidade aqui vai fazer a diferença. E eu que duvidei do Twitter à primeira vista...	5 Oct
-------	---	-------

Mas ao olharmos os números, precisamos contextualiza-los, olha-los com cuidado e certo ceticismo inicial. Este tweet de um seguidor do candidato Serra mostra uma pesquisa feita na sua rede do Twitter, onde perguntava em quem iria votar nas eleições. O resultado extremamente favorável ao candidato Serra não se confirma, nem de longe, com os números que as urnas mostraram.

Serra	desse total, 959 seguidores vão votar no Serra e 516 seguidores votarão na Dilma.. e aí, o que acharam?	6 Oct
-------	---	-------

Esse tweet não apresenta nenhum critério científico de pesquisa, e mesmo sendo uma simples consulta é um bom exemplo de como “pregar para convertidos”:

Após uma fase inicial de euforia quanto aos potenciais políticos dos *new media*, parte da literatura em democracia digital que marcou a última década aparentava um tom não tão otimista ao indicar, dentre outros fenômenos, que os usuários de internet tendiam, por exemplo, a reproduzir comportamentos típicos do mundo *offline*, como juntar-se somente a grupos com os quais compartilhavam sentimentos e afinidades políticas (*like-minded*). Nesse sentido, Sunstein (2001) considera que os efeitos da internet seriam maléficos na medida em que a rede apenas fomentaria uma espécie de fragmentação social. No final das contas, o receio deste autor é o de que os cidadãos procurem apenas aquele tipo de informação ou de interação que reforce sua visão de mundo, afastando-se, assim, das tentativas de compreender disposições alternativas - ou, como diz Pippa Norris (2003), instaura-se um ciclo de “pregação para os convertidos”. (JAMIL, SAMPAIO, 2011, P.214)

Os meios de comunicação em massa, que foram muito usados e estudados durante o século XX, em especial o rádio e a televisão que ainda são muito importantes, mas a internet foi um dos principais espaços para a construção dos debates nas eleições presidenciais de 2010, com temas que saiam da rede para a sociedade como um todo se colocando como um meio de comunicação extremamente importante nesse começo de século XXI

Nos dois anos que separam o projeto dessa pesquisa até seu término, o crescimento das redes sociais foi muito grande e o Twitter em especial cresceu muito, terminando o ano de 2011 com mais de 100 milhões de usuários,⁶⁹ e, além do número crescente de usuários, personalidades de relevância internacional, em diversas áreas, também começaram a usar o Twitter como uma ferramenta de comunicação. Nelson Mandela, Cristina Aguilera, Salman Rushdie e até o Papa Bento XVI criaram seus perfis no Twitter⁷⁰. Em 2011 ainda, mais de 60 bilhões de Tweets⁷¹ foram enviados em todo o mundo.

As eleições presidenciais de 2010 tiveram como resultado a eleição da presidenta Dilma Roussef com 55.752.529 de votos, e o candidato José Serra em segundo lugar com 43.711.388 de votos.⁷²

Para encerrar essa dissertação, selecionamos um tweet emblemático, que contém na pergunta a própria resposta.

Marina	O @terra_eleicoes me pergunta pelo Twitter qual é a importância do Twitter na minha campanha.	20/jul
--------	---	--------

A história dessa eleição presidencial de 2010 no Brasil pode ser contada de muitas maneiras e algumas delas tiveram apenas 140 caracteres.

⁶⁹ <http://blog.pt.twitter.com/search?updated-max=2011-12-05T13:03:00-08:00&max-results=7>
Acesso 28 fev. 2012.

⁷⁰ Ibid.

⁷¹ Ibid.

⁷² <http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2010/eleicoes-2010/estatisticas>
Acesso em 28 fev. 2012.

REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. **A Política**. Rio de Janeiro: Edições de Ouro, 1965. BARROS. Manoel de. **Livro sobre nada**. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BOAVENTURA, E. M. **Memorial**. 1995. Disponível em: <<http://www.edivaldo.pro.br/memorial.html>>. Acesso em: 29 setembro de 2009.
- BOBBIO, Norberto. **Liberalismo e Democracia**. São Paulo: ed. Brasiliense, 1988.
- BOBBIO, Norberto. MATTEUCCI, Nicola. PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política**. Brasília: Ed. UND. 11ª. Ed. Brasília, 1983.
- BOTTOMORE, Tom. **Dicionário do Pensamento Marxista**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.
- CABRAL, João C. da Rocha. **Código Eleitoral da República dos Estados Unidos do Brasil**. Brasília: Secretaria de Informação e documentação, 2004.
- CAMOCARDI, Elêusis. **Mensagem: História. Mito. Metáfora**. São Paulo: Ed. Arte e Ciência, 1996.
- CAPRA, Fritjof. **O Ponto de Mutação: A Ciência, a Sociedade e a Cultura Emergente**. 25. São Paulo: Cultrix, 1982.
- CARROLL, Lewis. **Alice no País Das Maravilhas**. 1ª. Edição. [S.L]: L&PM Editores, 1998.
- CASTELLS, Manuel, **A Galáxia da Internet**, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- CASTELLS, Manuel, CARDOSO. Gustavo. **A Sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, Manuel, **A Sociedade em rede**. Do Conhecimento à Acção Política. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2006.
- CHAUÍ, Marilena. **Cultura e democracia**. En: Crítica y emancipación: Revista latinoamericana de Ciencias Sociales. Año 1, no. 1 (jun. 2008-). Buenos Aires: CLACSO, 2008.
- CONNOR, Steven. **Cultura Pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2000.

- CORTEZ, Ana Tereza, ORTIGOZA, Silvia Aparecida. **Consumo sustentável: Conflitos entre necessidade e desperdício.** São Paulo: UNESP, 2007.
- CUVILLIER, Armand. **Pequeno vocabulário da língua filosófica.** São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.
- DADER, José Luis. **La ciberdemocracia posible:** Reflexión prospectiva a partir de la experiencia en Espana. El texto aquí publicado es una versión reelaborado y ampliada a partir de la comunicación presentado en el Seminario internacional sobre “Innovación Tecnológica y Comunicación Política” en Perugia, Italia, diciembre, de 1999
- DURIGUETTO, Maria Lúcia. **Sociedade civil e democracia:** Um debate necessário. São Paulo: Cortez, 2007.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo.** São Paulo. Nobel. 1995
- GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrolo:** o que a globalização está fazendo de nós. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1987.
- GINZBURG, Carlo. **Olhos de madeira.** São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- GOHN, Maria da Glória. **Teoria dos movimentos sociais.** Teoria dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos. São Paulo. Loyola, 1997.
- GOMES, Wilson. “Politics 2.0”: **A campanha online de Barack Obama em 2008.** Curitiba: Revista de Sociologia Política, v. 17, n. 34, Out./2009.
- HABERMAS, Jurgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- HAFEZ, Sabry. **O novo romance egípcio:** transformação urbana e forma narrativa. São Paulo: Novos estudos – CEBRAP. no. 90, 2011.
- HEGEMBERG, Leônidas. **Dicionário de Lógica.** São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, 1995.
- HOBBSAWM, Eric. **A era dos extremos** (o breve século XX: 1914-1991). São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

- IANNI, Octavio. **Enigmas da modernidade-mundo**, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
- IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. 4ª ed., Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.
- IDC. Disponível em: http://www.idcbrasil.com.br/news.asp?ctr=bra&year=2011&id_release=1992. Acesso em 10 de agosto de 2011.
- JAMIL, Francisco Paulo; SAMPAIO, Rafael. **Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas online**. *Revista Galáxia*, São Paulo: n. 22, p. 208-221, dez. 2011.
- LARANGEIRA, Sônia M G. **Reestruturação no setor de telecomunicações: aspectos da experiência internacional**. *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*. v. 4, n. 8, 1998. p. 158-178
- LEMINSKI, Paulo. **La Vie em close**. 2ª. Edição. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- LEMOS, André. **Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LEVY, Pierre. **O que é virtual**. São Paulo: Ed. 34, 1996.
- LISPECTOR, Clarice. **A descoberta do Mundo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- LUIZ D. E.C. (org). **Sociedade Civil e Democracia**. São Paulo: Veras Editora, 2010.
- MÁRQUEZ, Gabriel Garcia, **Cem anos de Solidão**, trad. De Eliane Zagury, 20ª. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2001
- MARX, Karl. **O Capital** – Crítica da economia política - vol. 2 – São Paulo: Nova cultural, 1996.
- MASON, Frederick Mario. **Hegemonia americana e a imposição da democracia: Imperialismo democrático**. *Revista do Mestrado em Direito da Universidade Católica de Brasília*, Vol. 1, No 2. 2011
- McLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- NOGUEIRA, Marco Aurélio Nogueira, **Um Estado para a Sociedade Civil** São Paulo: Cortez, 2004.
- ORTIZ, Pedro. **Zapatistas On-Line**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: ECA. USP, 1987.
- ORWELL, George. **1984**. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

- PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- PELUSO, Ângelo. **Informática e afetividade**. Bauru: Edusc, 1998.
- PESSOA, Fernando. **Mensagem**. São Paulo: Claret, 2001.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RECUERO, R.; ZAGO, G. 2009. **“RT, por favor”1: considerações sobre a difusão de informações no revista**. Fronteiras - estudos midiáticos. Vol. 12 N° 2 - maio/agosto 2010.
- SCHERER-WARREN, Ilse. **Rede de movimentos sociais**. 2. Ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996
- _____. **Sujeitos e movimentos conectados através de redes**. Curitiba: Congresso Internacional de Ética e Cidadania, 2000.
- TEIXEIRA, F. J. S.; OLIVEIRA, M. A. (Orgs.). **Neoliberalismo e reestruturação produtiva: as novas determinações do mundo do trabalho**. São Paulo: Cortez, 1998
- TOFFLER, Alvin, **A Terceira Onda**. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- VIEIRA, Josiany Fiedler. CERVI, Emerson Urizzi. **O Twitter como pauta no jornalismo político do Paraná**. Intercom - XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. 2010
- VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. São Paulo: Loyola, 2003.