



## **Redes Sociais e Cidadania – Interconexões Possíveis<sup>1</sup>**

Vinicius Martins CARRASCO de Oliveira<sup>2</sup>

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Bauru, SP

### **RESUMO**

O surgimento das redes sociais *on-line* ou digitais reconfiguraram a maneira de se comunicar e os espaços de socialização. Por meio destes suportes, os indivíduos conseguem se comunicar com inúmeros destinatários e se relacionar até com pessoas com as quais nunca tiveram contato físico. O poder de participação, de interação e de mobilização também, potencialmente se amplia. As redes sociais *on-line*, em tese, seriam canais adequados de promoção da cidadania? Esses novos grupos virtuais seriam espaços propícios para aumentar as discussões, os debates e até a conscientização política e dos indivíduos? O presente trabalho tenta discutir estas questões através de uma análise da comunicação das redes sociais e de movimentos que surgem ou se utilizam destas redes como instrumento de comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Redes Sociais Digitais; Ciberativismo; Interatividade; Cidadania.

### **INTRODUÇÃO**

As novas tecnologias ampliaram os espaços de socialização. As redes sociais tradicionais como família, escola e trabalho ganharam novos contornos e se expandiram. Hoje não é mais necessário o contato físico e as conexões em rede podem ocorrer mesmo virtualmente, sem que as pessoas tenham qualquer contato físico. Tais agrupamentos passaram a ser definidos ou potencializados por afinidades ou ideais em comum, diferentemente de laços que se estabeleciam nos passado. Da mesma forma que as relações se estreitam de uma maneira reconfigurada, as redes digitais *on-line* também passaram a ser canais de manifestações individuais e coletivas. Os sujeitos sociais, individualmente ou em grupo passaram a ganhar vozes num processo de comunicação diferente do que vinha se observando na interação com grupos ou com as mídias tradicionais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 05 – Comunicação Multimídia XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação Midiática da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP), Bauru-SP, graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela mesma universidade. E-mail: [vmcarrasco@hotmail.com](mailto:vmcarrasco@hotmail.com)



## **SOBRE AS REDES SOCIAIS**

Há vinte anos surgiam as primeiras redes sociais digitais, comunidades em que usuários cadastrados podiam estabelecer contatos e adicioná-los a círculos ou grupos específicos. Nessas redes, estes usuários podiam se comunicar e interagir com seus contatos. Assim, com o advento das novas tecnologias e da comunicação mediada por elas, o conceito de redes sociais começa a despertar o interesse de teóricos da comunicação.

Santos, Cabestré e Moraes (2012, p. 4-8) afirmam que as primeiras articulações rumo à formulação de uma teoria das redes sociais remontam às décadas de 1930 e 1940. As autoras destacam que teoria de redes sociais sofreu diversas influências provenientes da Sociologia, Psicologia, Antropologia e da Matemática. Originalmente tal teoria tem como centro o sujeito no cerne de suas relações sociais ou na construção de sua subjetividade, individualidade e da coletividade. As pesquisadoras destacam que os anos de 1990 trouxeram uma nova abordagem ao incluírem nos estudos as redes sociais na sociedade da informação por meio de novas abordagens e movimentos societários, com viés voltado para as Ciências Sociais. Em 1997, como apontam as autoras, Laura Garton, Caroline Haythornthwaite e Barry Wellman publicaram um estudo detalhado das redes sociais na internet no *Journal of Computer-Mediated Communication*, em que apresentaram as características das redes neste novo contexto. De lá pra cá, paulatinamente a cada nova tecnologia que se desenvolvia, mais mudanças ocorriam rapidamente no contexto social e no âmbito da comunicação.

A definição de Pierre Lévy (1999, p.17), para ciberespaço como um novo espaço de comunicação e sociabilidade em que se cria uma nova modalidade de contato social, extrapolando os limites naturais, de espaço e de tempo, com os quais até então estávamos acostumados se aplica a estas rede sociais e à comunicação mediada por computador. As pessoas, que geralmente se organizavam em espaços físicos ou se atrelavam por uma relação de proximidade, agora, com a internet, se agrupam por afinidades, valores afetivos, causas em comum, e o espaço físico passa a ser o próprio ambiente virtual ou *on-line*.

Raquel Recuero (2011) afirma que, a mais significativa mudança advinda da utilização das novas tecnologias é a possibilidade de comunicação mediada por computador. Segundo ela, por definição, uma rede social é caracterizada por dois elementos: atores sociais (pessoas, instituições, grupos ou nós sociais) e suas conexões



(interações ou laços sociais) ou relações. Diferente das formas tradicionais de redes sociais, nas da internet, os autores não são discerníveis, devido ao distanciamento entre os envolvidos, levando a estudos sobre a construção da identidade nas redes sociais digitais. Esta comunicação mediada proporciona um conjunto de interações que vão depender do laço social. O conteúdo a ser trocado nas interações sociais auxilia na definição do tipo de relação entre os sujeitos. Neste ambiente *on-line* estão presentes fatores como cooperação, competição e conflito. Por cooperação entende-se a ação coletiva e colaborativa entre os atores; por competição a luta ou disputa entre tais atores e por conflito, discordância que pode levar à quebra da rede ou mesmo de laços sociais dentro dela. O laço social se traduz por qualquer conexão entre dois ou mais atores sociais e tais conexões podem ser relacionais, construídos por meio de interação entre os membros da rede social ou associativas, ou seja, que se dão pelo pertencimento do sujeito ou indivíduo de determinado grupo ou instituição.

Parente (2004) argumenta que a rede se tornou uma dimensão, indissociavelmente ontológica e prática de modelização do mundo e da subjetividade. Já Musso (2004), ao discorrer sobre a filosofia da rede menciona a pluralidade de pontos (picos) ou intersecções ligados entre si por uma pluralidade de ramificações (caminhos), que por sua vez, também se põe em relação a vários picos. Segundo ele, a rede é uma estrutura de conexão instável, composta por elementos em interação. Para ele, hoje, o conceito de rede tornou-se uma espécie de chave-mestra ideológica, porque recobre três níveis misturados de significações: em seu ser, ela é uma estrutura composta de elementos em interação; em sua dinâmica, ela é uma estrutura de interconexão instável e transitória; e em sua relação com um sistema complexo, ela é uma estrutura escondida cuja dinâmica supõe-se explicar o funcionamento do sistema visível. O autor (2004, p.35) acrescenta que as redes de informação ocupariam lugar de novo vínculo social e de ferramentas de uma “nova democracia eletrônica”, direta, interativa e instantânea. Ele argumenta ainda que o movimento é contínuo nos fluxos (de informações, de imagens, de sons, de dados...) e que a "rede tornou-se o fim e o meio para pensar e realizar a transformação social, ou até mesmo as revoluções do nosso tempo” (2004, p.37) .



## Redes em números

De acordo com dados do Netview, do IBOPE Media<sup>3</sup>, entre os 53,5 milhões de usuários ativos da internet no Brasil, *sites* como o Facebook e Twitter e páginas agrupadas na subcategoria comunidades, que incluem também *blogs*, *microblogs* e fóruns, atingiram mais de 46 milhões de usuários, o equivalente a 86% dos internautas ativos da internet em janeiro de 2013. No mesmo mês do ano passado, esse total era de 40,6 milhões de usuários, um crescimento de aproximadamente 15%.

Em fevereiro deste ano, matéria do The Wall Street Journal<sup>4</sup> mencionava que o Facebook tem 65 milhões de usuários no Brasil, o que faz do país o segundo mercado da empresa em número de usuários depois dos Estados Unidos. A reportagem afirma também que os brasileiros estão passando cada vez mais tempo nos sites de redes sociais. No Facebook, por exemplo, cada usuário brasileiro gasta em média 535 minutos por mês.

Tais números dão dimensão, em tese, do potencial de engajamento destas redes. O que é dito ou feito nelas é também acompanhado pelo próprio grupo, por outros usuários e chega até a ganhar visibilidade na imprensa tamanha a exposição, o que faz com que tais redes sociais *on-line* sejam analisadas por profissionais de *marketing*, para o estudo de comportamentos de consumo, utilizadas por empresas para divulgação de marcas e serviços e profissionais da área de recursos humanos ou psicólogos para contratação de pessoas e análises de perfis de candidatos à vagas de emprego.

## Espaços ampliados de interação e participação

Se tudo que está na rede ganha visibilidade, o mesmo ocorre com iniciativas de cunho mais engajado. Costa (2005), por exemplo, afirma que as redes sociais representam o nascimento de uma nova forma de atividade coletiva que levaria à interatividade e à colaboração.

Segundo Stig Hjarvard (2012, p. 75), os meios de comunicação podem gerar interação social dependendo de suas características. Para ele, a interação social consiste em comunicação e ação. Além de trocas de informações entre as pessoas, os meios de

---

<sup>3</sup> Disponível em <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/numero-de-usuarios-de-redes-sociais-ultrapassa-46-milhoes-de-brasileiros.aspx>> Acesso em 01 maio 2013.

<sup>4</sup> CHAO, Loretta. Brasileiros reinam nas redes sociais. Disponível em <<http://online.wsj.com/article/SB10001424127887324900204578284511579301742.html>>. Acesso em 01 maio 2013.



comunicação também permitem formas de ação social que antes exigiam a presença física.

Pierre Lévy (2002) também tem defendido que a participação em comunidades virtuais se dá como um estímulo à formação de inteligências coletivas, às quais os indivíduos podem recorrer para trocar informações e conhecimentos ou fomentar ações.

Henry Jenkins (2009), por sua vez, utiliza o termo “cultura participativa” para tratar desta nova realidade. Para ele,

a era da convergência das mídias permite modos de audiência comunitários, em vez de individualistas. Contudo, nem todo consumidor de mídia interage no interior de uma comunidade virtual, ainda; alguns apenas discutem o que vêm com os amigos, com a família e com os colegas de trabalho. Mas poucos assistem à televisão em total silêncio e isolamento. Para quase todos nós, a televisão fornece material para a chamada hora do cafezinho. E, para um número crescente de pessoas, a hora do cafezinho tornou-se digital. Fóruns *on-line* oferecem uma oportunidade para os participantes compartilharem conhecimento e opiniões. (2009, p.55).

Para Jenkins, este tipo de ambiente que emerge com as novas tecnologias permite a chamada inteligência coletiva, ou seja, “essa capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros. O que não podemos saber ou fazer sozinhos, agora podemos fazer coletivamente” (2009, p.56). Contudo, o autor alerta para uma certa mobilidade e para o risco do caráter efêmero de determinados grupos:

Entretanto, novas formas de comunidade estão surgindo: essas novas comunidades são definidas por afiliações voluntárias, temporárias e táticas, e reafirmadas através de investimentos emocionais e empreendimentos intelectuais comuns. Os membros podem mudar de um grupo a outro, à medida que mudam seus interesses, e podem pertencer a mais de um grupo ao mesmo tempo. As comunidades, entretanto, são mantidas por meio da produção mútua e troca recíproca de informações. (2009, p. 57).

Em tese, os usuários esperam conduzir o processo de comunicação, deixando de ser consumidores e emissores passivos e tradicionais, passando a produzir seu próprio conteúdo. Isso remete ao conceito “cultura participativa”, postulado por Jenkins (2009, p. 30). Observa-se, entretanto, que tal participação não se configura apenas na esfera econômica ou de consumo, mas também na social e política. Como exemplo, emergem iniciativas que os teóricos passaram a chamar de netativismo, webcidadania ou ciberativismo no mundo inteiro. Os termos são usados para definir o engajamento de



cidadãos por meio de ferramentas *on-line* as quais levam os indivíduos a assumir um papel mais ativo ou participativo na sociedade.

O termo ciberativismo ou ativismo *on-line*, segundo Di Felice (2011), origina-se nos anos 90 do século XX com a utilização das tecnologias digitais em rede, primeiramente pela luta zapatista (1994) e inclui também a forma como essa tecnologia comunicativa transformou o próprio ativismo e os conceitos de participação, espaço democrático, identidade coletiva e estratégia política, implicando em uma mudança significativa nas formas de ação social originando um novo protagonismo sociopolítico. Para tal conceito, o autor se apropria do termo “netactivism” ou netativismo, que, em 1996, deu título ao livro de Ed Schwartz simplificando a expressão NetworkAtivismo, definida como “uma interação fecunda entre sujeitos, grupos e entidades com as tecnologias de informação, as redes informativas e as diversas interfaces utilizadas” (2011, p.8).

Também em defesa do papel de interação das redes, Guzzi (2010, p. 43-45) afirma que os meios de comunicação interativos, as comunidades virtuais e as possibilidades de expressão pela internet abrem um novo espaço para a comunicação transparente e, sobretudo, torna-se um novo “lugar” para discussões políticas, o que implicaria em um grande potencial para o fortalecimento dos processos democráticos. De acordo com Guzzi, as práticas de conversação na *web* delinearão contornos para um novo exercício de participação pública, à medida que maior número de pessoas pode convergir para esse novo espaço comum criado.

### **Nova Esfera Pública?**

Tais considerações acerca da possibilidade de participação por meio das redes sociais nos levam à reflexão do conceito de esfera pública. Originalmente ela é entendida como dimensão na qual os assuntos públicos se tornam discutidos pelos atores sociais, formando a chamada opinião pública, relacionada a uma certa “voz” ou “força” da sociedade civil no sentido de pressionar governos na tomada de decisões. Tal conceito, remete ao pensamento de Jünger Habermas, que define a esfera pública, uma espécie de “camada” intermediária entre o sistema político (Estado) e a sociedade que seria a rede de comunicação e informação e de pontos de vista. Assim, para Habermas (1996), toda ação política era uma ação comunicacional e a esfera pública seria o espaço onde pessoas, enquanto cidadãos articulam suas visões de mundo, suas opiniões e se organizam para tentar influenciar ou questionar as instituições políticas. Bastante



discutido, o conceito original foi revisto pelo próprio Habermas. Originalmente, atrelado aos espaços públicos, abertos, onde as pessoas do século XVIII utilizavam para expressar suas opiniões livremente, com as tecnologias de informação e comunicação (TICs), as quais o pensador alemão considera um potencial meio de manifestação e comunicação, a esfera pública parece ganhar nova dimensão.

John Thompson (1998) afirma que as mídias se tornaram o maior componente da esfera pública na sociedade industrial. A questão espacial ou o local físico para manifestação de ideias, como era no século XVIII pouco importa, desde que se estabeleça o debate público.

Jesús Martín-Barbero (2006), entretanto, ressalta que a noção de esfera pública não se caracteriza por um espaço neutro, como se observa historicamente, principalmente em relação à mídia, centrada na mão de pequenos grupos dominantes.

De acordo com Lara Haje (2007, p. 127), o modelo de esfera pública tem sem mostrado promissor para os estudiosos da comunicação porque se trata de um modelo que valoriza a importância da comunicação no mundo contemporâneo, pois implica no conceito de democracia centrado no discurso e baseado na mobilização social e na força comunicativa de seus participantes. Segundo ela, Habermas atesta a falência da esfera pública, com a transformação do Estado Liberal de Direito para o Estado de Bem-Estar Social e com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa. Posteriormente, surge um novo paradigma para as sociedades com a chamada “ação comunicativa”.

A esfera pública denota as condições de comunicação nas quais é possível formação, por meio do discurso racional, de opinião pública sobre questões relevantes para a sociedade. A construção de esferas públicas autônomas e capazes de ressonância no governo, na mídia e no mercado, é essencial, portanto, para que os processos democráticos sejam dirigidos pelo poder comunicativo da sociedade civil (2007, p. 128).

A autora acredita que, nas sociedades atuais é possível que o público faça parte de um processo crítico de comunicação pública. Assim ela denotaria

as condições de comunicação sob as quais pode haver formação discursiva e racional de opinião e vontade por parte de um público composto por cidadãos de uma sociedade. A esfera pública seria a arena de formação da vontade coletiva, do embate dos diversos atores da sociedade. O conceito seria fundamental para uma teoria da democracia de intento normativo, na qual o conceito de democracia seria centrado no discurso. Uma democracia que coloca seu destino na utilização da força comunicativa de participantes de um debate público (2007, p. 131).



Castells (2008) também entende que a comunicação é a essência das relações de poder. Para ele, a comunicação é o espaço onde as relações de poder se materializam e, por este motivo, a comunicação teria papel importante na sociedade atual. O sociólogo espanhol (2009) ainda analisa as novas interações políticas, modificadas pelo novo cenário da comunicação.

Guzzi (2010), Recuero (2011) e Jenkins (2009) mencionam que nos Estados Unidos, a internet teve papel fundamental na eleição do presidente Barack Obama, em 2008. No Egito, as redes sociais foram usadas por manifestantes para expor suas reivindicações contra o regime ditatorial do ex-presidente Hosni Mubarak que renunciou em fevereiro de 2011. O mesmo aconteceu na Líbia contra o ditador Muamar Kadafi. Os críticos mais ferrenhos, entretanto, destacam que a participação de pessoas motivada por redes sociais em movimentos como o que ficou denominado de Primavera Árabe, por exemplo, pode ser classificada como superficial.

No Brasil, as redes sociais têm sido usadas por movimentos que se autointitulam de combate à corrupção para fiscalizar o poder público e para iniciativas como abaixo-assinados, protestos e petições, como as petições sobre a permanência do senador Renan Calheiros (PMDB-AL), acusado de desvio de recursos públicos, falsidade ideologia e uso de documentos falsos, na presidência do Senado, entregue ao Congresso.

## **Cidadania**

Como observado anteriormente, as redes sociais têm sido utilizadas por alguns movimentos da sociedade civil para a conscientização dos indivíduos, mobilização e promoção da cidadania, por este motivo, faz-se pertinente a contextualização do tema.

Conforme Lima (2011, 218),

na sua origem latina — *civitatis* — a palavra cidadania significa qualidade ou condição de cidadão, isto é, habitante da cidade. Na Grécia antiga, poucos estavam qualificados para a cidadania. O cidadão Aristotélico era aquele que participava diretamente das coisas públicas “passando julgamento e exercendo funções públicas”.

De acordo com Soares (2008), a noção de cidadania remonta à Antiguidade e originalmente dizia respeito aos privilégios das categorias sociais dominantes, sendo instrumento ou indicação de uma discriminação das subalternas. O conceito, entretanto, foi se transformando ao longo do tempo. Segundo ele, a discussão de cidadania hoje



tem como uma referência requente a obra do sociólogo inglês H.T. Marshall (1967), que distingue três momentos na luta pelos direitos. Lima (2011, p. 219-220) concorda.

Marshall, em seu clássico estudo de 1949, divide a cidadania em três dimensões, cada uma fundada em um princípio e uma base institucional distintos. Adaptadas às circunstâncias do mundo contemporâneo, creio que podemos descrever essas dimensões da seguinte forma:

A primeira é a cidadania civil, que tem como princípio básico a liberdade individual, e tem como direitos, por exemplo, a liberdade de ir e vir, a igualdade perante a lei, o direito de propriedade e o direito a não ser condenado sem o devido processo legal, vale dizer, o direito à presunção de inocência. A garantia dos direitos civis é dada por um Poder Judiciário independente e acessível a todos.

A segunda é a cidadania política, que tem como princípio básico o direito à comunicação — ainda não reconhecido como tal — e que significa participar do exercício do poder público tanto diretamente, pelo governo, quanto indiretamente, pelo voto. A sua garantia é dada pela existência de partidos políticos consolidados, por um conjunto de novas institucionalidades constituídas por diferentes movimentos sociais mas, sobretudo, por um sistema democrático de mídia.

A terceira é a cidadania social, que tem como princípio básico a Justiça Social e significa a participação na riqueza coletiva através do direito à educação, à saúde, ao emprego, a um salário justo e à comunicação. Sua garantia é dada por poderes Executivo e Legislativo responsáveis e eficientes.

Embora faça referência à questão da regulação das comunicações, os apontamentos de Lima parecem pertinentes e também se aplicam a este propósito. Segundo ele,

a comunicação perpassa todas as três dimensões da cidadania, constituindo-se, ao mesmo tempo, em direito civil — liberdade individual de expressão; em direito político — através do direito à comunicação, que vai além do direito de ser informado; e em direito social — através do direito a uma política pública democrática de comunicação que assegure pluralidade e diversidade na representação de ideias e opiniões. (2011, p. 220).

Assim, ao permitir aos cidadãos a possibilidade de expressão ou de pluralidade de ideias, as redes sociais também possuem, em potencial, um importante canal para o exercício da cidadania.

### **Iniciativas na esfera política**

Como mencionado, no Brasil, algumas iniciativas têm emergido e utilizado das redes sociais como forma de mobilização. É o caso dos autointitulados movimentos de



combate à corrupção que usam as redes sociais como forma de fiscalização do poder público e divulgação de iniciativas e protestos.

A Campanha Ficha Limpa, por exemplo, originalmente foi lançada em abril de 2008, como consta no site oficial, “com o objetivo de melhorar o perfil dos candidatos e candidatas a cargos eletivos do país”<sup>5</sup>. Para isso, foi elaborado um Projeto de Lei de Iniciativa Popular sobre a vida pregressa dos candidatos com o objetivo de tornar mais rígidos os critérios de quem não pode se candidatar - critérios de inelegibilidades. Assim, o objetivo do Projeto de Lei de iniciativa popular era alterar a Lei Complementar n.º 64, de 18 de maio de 1990, já existente, chamada Lei das Inelegibilidades. O projeto circulou por todo o país, e foram coletadas mais de um milhão e quinhentas mil de assinaturas em seu favor – o que corresponde a mais de 1% dos eleitores brasileiros, percentual mínimo para que projetos de leis de iniciativas popular seja apreciada pelo Legislativo. Entregue ao Congresso Nacional, em 29 de setembro de 2009, o projeto de lei na Câmara dos Deputados e no Senado foi sancionado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, no dia 4 de junho de 2010, Lei Complementar n.º 135/2010, que prevê a chamada lei da Ficha Limpa. Depois de entrar em vigor, ela foi declarada constitucional pelo Supremo Tribunal Federal (STF) no dia 16 de fevereiro de 2012 e o texto integral da norma que passou a valer a partir das eleições de outubro de 2012 e conseguiu impedir um grande número de candidaturas e que políticos assumissem o poder no ano seguinte.

Tal iniciativa foi articulada pelo chamado Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral (MCCE), composto por mais de 40 entidades e cuja atuação se estende por todo o país. A página da Campanha Ficha Limpa no *Facebook* foi criada em 10 de janeiro de 2010 com o objetivo de pressionar os parlamentares, com o apoio da opinião pública, para aprovar o projeto de Lei e já mais de três anos depois foi “curtida” por mais de 55 mil 531 pessoas, e seu perfil oficial no *Twitter* (@fichalimpa), que conta com mais de 15 mil seguidores<sup>6</sup>.

Ao longo deste período de existência distinguem-se dois nortes de mobilização: para aprovação da Lei da Ficha Limpa e após sua aprovação a divulgação de conteúdo de ações, iniciativas e dados para o combate da corrupção no país e acompanhamento de políticos e da atividade parlamentar. Durante as eleições de 2012, houve também a preocupação com a comunicação para que políticos fossem éticos divulgando seus

---

<sup>5</sup> <http://www.fichalimpa.org.br/>

<sup>6</sup> Dados até 12 de maio de 2013.



gastos de campanha, informações sobre o pleito eleitoral e sobre o exercício da cidadania através do direito do voto. Observa-se nos canais de comunicação e nas mensagens no Facebook e no Twitter uma tentativa de instigar os seguidores a terem uma postura mais crítica com relação à política no país. Os canais conseguem interagir com os usuários, que mostram participação nas mensagens veiculadas, no caso do Facebook com curtidos ou comentários, e no do Twitter com reenvio das mensagens postadas ou comentários sobre elas.

Recentemente outras iniciativas também têm sido fomentadas nas redes sociais através de ONGs como a Avaaz, criada em 2007 e que atua em 194 países e tem mais de 20 milhões de seguidores no mundo<sup>7</sup>. Um destes exemplos são os protestos contra a escolha do presidente do Senado, Renan Calheiros (PMDB-AL), acusado de peculato, falsidade ideológica e uso de documentos falsos, denominados “Fora Renan”. Só a página do Facebook já conta com mais de 4500 curtidos<sup>8</sup>. Dentre as manifestações, uma petição de dois jovens de Ribeirão Preto, no Interior de São Paulo, Emiliano Magalhães Netto e Eduardo Cruz, pedindo o *impeachment* do senador. O documento conseguiu ao todo 1,6 milhão de assinaturas. Para que seja desencadeado um processo de impeachment ou cassação do mandato, a Constituição Federal estabelece que deva haver uma denúncia ao Conselho de Ética do Poder Legislativo e, como anteriormente mencionado, que projetos de iniciativa popular devam ter ao menos 1% do eleitorado (hoje, o equivalente a 1,3 milhão de pessoas).

Renan Calheiros foi eleito presidente do Senado no início de 2013 com 56 votos dos 78 senadores. Em 2007, ele deixou o cargo acusado de ter usado dinheiro de lobista para pagar pensão a uma filha fora do casamento e foi absolvido em plenário, fatos que levaram o procurador-geral da República, Roberto Gurgel, a denunciá-lo ao Supremo Tribunal Federal (STF).

A eleição foi um dos assuntos mais comentados no Twitter em 01 de fevereiro de 2013, entrando para os chamados *Trend Topics*, a lista em tempo real dos termos e frases mais publicados no microblog. Muitos internautas e usuários da rede social criticaram a postura dos senadores em elegê-lo presidente da casa.

Tais formas de manifestações políticas na rede têm cada vez mais se convertido em formas reais de protesto e participação saindo do ambiente virtual. Os próprios atos

---

<sup>7</sup> MENEZES, Maiá. ONG que turbinou o ‘Fora, Renan’ desperta discussão sobre ativismo na internet. O Globo OnLine 3/03/13. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/ong-que-turbinou-fora-renan-desperta-discussao-sobre-ativismo-na-internet-7729363#ixzz2THEB977E>>. Acesso em 03 maio 2013.

<sup>8</sup> Dados até 14 de maio 2013.



e manifestações contra Renan Calheiros ganharam as ruas de algumas cidades do país e até a frente do Congresso Nacional, cada qual com sua característica e especificidade.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Assim como no passado muita expectativa se projetou na imprensa alternativa ou em concessões comunitárias de rádio e televisão como espaços de participação popular e de promoção democrática, as expectativas também se depositam hoje sobre as redes sociais. Cabe-se, entretanto, apesar de certo otimismo, um olhar crítico sobre este novo cenário. Afinal, é o uso que se fará dessas redes sociais é que será determinante. O potencial de mobilização delas vai depender da utilização que os usuários ou atores sociais fazem para o benefício social. O que se espera, entretanto, é que as redes sociais não tenham o mesmo destino desses meios de comunicação anteriormente citados e que tais redes utilizem a comunicação como instrumento de cidadania e não apenas em sentido utópico.

Para os movimentos de combate à corrupção, as redes sociais têm sido canais de divulgação de iniciativas, de informações para tornar os seguidores e a sociedade mais conscientes de seus direitos, de sua representatividade. Tais meios são utilizados para fiscalizar os legisladores, o poder público e promover da cidadania e até a participação mais democrática, já que elas se tornaram espaços de manifestação de opinião ou ações de cidadãos em busca de seus direitos diante de um cenário preocupante da baixa de representatividade política, com tantos legisladores e governantes envolvidos em casos de corrupção.

Como dimensionam teóricos como Habermas, Castells, Lévy e Jenkins, o potencial das novas tecnologias é imenso, sobretudo, do ponto de vista da educação, da comunicação, da interação, da participação social, da mobilização e da expressão. Diante de tal potencial, o que se deve atentar é sobre como e por quais grupos se dá a utilização dessas redes sociais, quais os discursos que as permeiam e com que finalidade elas são usadas. Por ser um suporte relativamente recente e por características, como a instantaneidade, a velocidade de interação e sua própria dinâmica, surgem mais questionamentos sobre o papel e as relações nessas redes sociais que direcionam olhares para suas especificidades e instigam o desenvolvimento de pesquisas, sobretudo, no campo comunicacional. Ainda há muito para se observar e analisar sobre esta ferramenta. A teia que tece o cenário envolvendo as redes sociais ainda se desenha.



## REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2002.
- CASTELLS, Manuel. **The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance**. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 2008. p. 78-93. Disponível em: <<http://ann.sagepub.com/content/616/1/78>>. Acesso em 01 jul 2012.
- \_\_\_\_\_. La comunicación em La era digital. In: CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009, p. 87-187.
- \_\_\_\_\_. **A Galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- \_\_\_\_\_. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis (Org.). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- \_\_\_\_\_. **O poder da identidade: era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. v.1
- \_\_\_\_\_. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.
- COSTA, Rogério da. **Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva**. Interface - Comunic., Saúde, Educ., v.9, n.17, p.235-248, mar./ago. 2005. Disponível em: <<http://moodleinstitucional.ufrgs.br/mod/resource/view.php?id=101667>>. Acesso em: 28 maio 2012.
- DE FLEUR, Melvin L. e ROKEACH, Sandra Ball. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- DI FELICE, Massimo; **Netativismo: novos aspectos da opinião pública em contextos digitais**. International Association for Media and Communication Research. IAMCR 2011. Disponível em: <[http://netativismo.files.wordpress.com/2011/10/artigo\\_massimodifelice.pdf](http://netativismo.files.wordpress.com/2011/10/artigo_massimodifelice.pdf)> . Acesso em: 10 out. 2012.
- DI FELICE, Massimo; PIREDDU, M (Org.). **Pós-Humanismo: as relações entre o humano e a técnica na época das redes**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010. v. 1.
- \_\_\_\_\_. (Org.). **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social**. São Caetano do Sul: Editora Difusão, 2008.
- DIMANTAS, Hernani. **As redes sociais: potência, subjetividade e o impacto da colaboração**. Disponível em: <<http://evolucaocriadora.blogspot.com.br/2010/06/as-redes-sociais-potencia-subjetividade.html>>. Acesso em: 10 out. 2012



GUIMARÃES, Denise Azevedo Duarte. **Interações sociais e novos padrões perceptivos na construção da subjetividade.** Disponível em:

<[http://www.logos.uerj.br/PDFS/30/03\\_logos30\\_Denise.pdf](http://www.logos.uerj.br/PDFS/30/03_logos30_Denise.pdf)>. Acesso em: 26 mar. 2012.

DUARTE, Eduardo. **Para uma epistemologia da comunicação.** In LOPES, Maria I. Vassallo. (org.). Epistemologia da comunicação. São Paulo: Loyola, 2003

GUZZI, Drica . **Web e participação: a democracia no século XXI.** Senac, São Paulo, 2010.

HAJE, Lara. **Comunicação, esfera pública e poder.** In: RAMOS, M. C. (Org.); SANTOS, S. (Org.). Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007, p. 127-147.

H J A R V A R D, Stig. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural.** 54 matrizes Ano 5 – nº 2 - São Paulo, p. 53-91, 2012. Disponível em <[www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/download/338/pdf](http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/download/338/pdf)>. Acesso em 6 nov. 2012.

IANNI, Octávio. **A sociedade mundial e o retorno da grande teoria.** In LOPES, Maria I. Vassallo. (org.). Epistemologia da comunicação. São Paulo: Loyola, 2003, p. 331-345.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa.** 2. ed. Tradução de Flávio Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

INTERCOM. **Enciclopédia Intercom de Comunicação.** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, vol. 1, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. Ciberultura. São Paulo: Edições 34, 1999.

\_\_\_\_\_. O que é o virtual? São Paulo: Edições 34, 1996.

LIMA, Venício Artur de. **Regulação das comunicações.** São Paulo: Paulus, 2011.

MARGARITES, A. P. F.; SPEROTTO, R. I. **Subjetividade em Rede: Novos Modos de Ser Aluno e Professor Através das Redes Sociais da Internet.** In: 34a. Reunião Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Educação, 2011, Natal. Anais da 34a. Reunião Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Educação. Rio de Janeiro: Anped, 2011. Disponível em:

<<http://www.anped.org.br/app/webroot/34reuniao/images/trabalhos/GT16/GT16-1098%20int.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2012.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Tecnicidades, Identidades, alteridades: Mudanças e opacidades da comunicação no Novo Século.** In: MORAES, Denis (org.) Sociedade Midiatizada. Rio de Janeiro, Mauad X, 2006, p. 51-117.

MARTINO, Luiz Carlos. De qual comunicação estamos falando? In Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências. HOHLFELDT, A., MARTINO, L. C. & FRANÇA, V. V. (org.). Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, Vozes, 2011.



- MATTELART, Armand. *História da sociedade da informação*. São Paulo: Loyola, 2002.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MURDOCK, Graham. **Comunicação contemporânea e questões de classe**. Matrizes, São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da USP: Paulus, ano 2, n. 2, p. 31-56, 1. sem. 2009. Disponível em <[www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/99](http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/99)>. Acesso em: 10 mar. 2012.
- MUSSO, Pierre. **A filosofia da rede**. In PARENTE, André (org). **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2004, p. 17-38.
- PARENTE, André (org). **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **A busca por fama na web: reputação e narcisismo na grande mídia, em blogs e no twitter**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1950-1.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2012.
- \_\_\_\_\_. **O aspecto relacional das interações na web 2.0**. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2012.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2011.
- SANTOS, V. M.; CABESTRÉ, S. A.; MORAES, E. **A comunicação na era das Redes Sociais: aproximações teóricas**. Disponível em: <[http://www.abrapcorp.org.br/anais2011/trabalhos/trabalho\\_vanessa\\_sonia\\_erika.pdf](http://www.abrapcorp.org.br/anais2011/trabalhos/trabalho_vanessa_sonia_erika.pdf)> Acesso em: 15 out. 2012.
- SOARES, Murilo César. **Jornalismo e cidadania, em duas abordagens**. Compós, 2008. Disponível em <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_373.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_373.pdf)>. Acesso 06 dez. 2012.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- VICENTE, M. Maximiliano. **História e Comunicação na Nova Ordem Internacional**. São Paulo: Cultura Acadêmica.
- WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.