



POLÍTICA FOLLOW: UMA ANÁLISE DA REAL POTENCIALIDADE DO USO DO TWITTER PELOS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA DO BRASIL EM 2014

FOLLOW POLICY: AN ANALYSIS ABOUT THE REAL POTENTIAL OF CANDIDATES FOR BRAZILIAN PRESIDENCE TWITTER USES' IN 2014

Eduardo Missau Ruviaro¹
Henrique Missau Ruviaro²
Priscila Valduga Dinarte³

RESUMO

A utilização da *internet* é um processo em constante mutação. Se surgiu como escopo bélico, nos EUA, passou, depois, a ser manuseada em prol de causas ativistas. Movimentos sociais antes arquitetados nas ruas começaram a ser orquestrados na rede, tomando, posteriormente, as alamedas. A *web*, portanto, evoluiu a conceito político, transfigurando-se, hodiernamente, em ferramenta de governança eletrônica. O objetivo do presente trabalho é analisar a rede social *Twitter* dos candidatos a Presidência da República Dilma Rousseff e Aécio Neves interpretando, pelo aplicativo social *TwitterCounter*, a evolução do número de seguidores em recorte histórico que vai do início da campanha eleitoral até a data em que foi realizada a investigação. Empregou-se o método de abordagem dedutivo, aliado à técnica de pesquisa bibliográfica, partindo de premissas dogmáticas ante as conclusões almejadas, onde se mostrou deficitário o uso da *web* pelos candidatos, com baixo crescimento de seguidores a um e ainda frágil quantidade de *followers* a outros. Ainda, realizou-se observação direta, sistemática e não participativa dos perfis mencionados na rede social, dando-se como conclusão o desinteresse dos representados em utilizar a rede em prol de um *e-gov* e, alternativamente, a falta de aptidão dos presidenciáveis em usar a *internet* com fins políticos.

Palavras-chave: e-gov; eleições; *Twitter*; seguidores.

ABSTRACT

¹ Acadêmico do Curso de Direito Noturno da Universidade Federal de Santa Maria. Membro do Núcleo de Direito Informacional pelo projeto de pesquisa "Ativismo digital e as novas mídias: desafios e oportunidades da cidadania global". eduardomruviaro@gmail.com

² Acadêmico do Curso de Direito Noturno da Universidade Federal de Santa Maria. Membro do Núcleo de Direito Informacional pelo projeto de pesquisa "Ativismo digital e as novas mídias: desafios e oportunidades da cidadania global". henriquemruviaro@gmail.com

³ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Direitos emergentes na Sociedade Global da Universidade Federal de Santa Maria, ênfase em Direitos na sociedade em Rede. Bolsista Fapergs. priduga@hotmail.com



Internet's use is a constantly changing process. If it came with war scope, in United States of America, now, years later, it's used towards activists causes. Social movements that were devised in the streets began to be orchestrated in the network, taking only then malls. The network, so, evolved a political concept, is transfiguring, in our times, in e-governance tool. The objective of this study is to analyze the social network *Twitter* of candidates for the Presidency of the Republic Dilma Rousseff and Aécio Neves and interpret, by the social app *TwitterCounter*, the follower number's evolution in a historical period from the beginning of the election campaign until the date on which the survey was conducted. It was used the deductive approach method, coupled with the technical literature, from dogmatic premises before about the desired conclusions, demonstrating a bad web use by apps, with low growth of followers to a still fragile and the amount of followers others. Still, there was direct observation, systematic and non-participatory profiles mentioned in the social network, is giving as a conclusion the lack of interest shown in using the network in favor of e-government and, alternatively, the lack of ability of Presidents are use the Internet for political purposes

Key-words: e-gov; elections; Twitter; followers.

INTRODUÇÃO

É notório que as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs), tendo como base a e centralidade a Rede Mundial de Computadores, são atores na nova maneira de se efetuar as campanhas eleitorais, nas sociedades em rede, já que a web tem inimaginável influência no cotidiano dos indivíduos. Isso se dá em razão de, na rede, praticamente não haver fronteiras e, por outra banda, existe uma difusão de informações de forma veloz e globalizada.

O poder da rede se dá, não obstante, como resultado do somatório das forças de seus usuários. Cada internauta tem um micropoder, o que, somando tal poder de cada usuário da rede, forma um macropoder, capaz de romper paradigmas inimagináveis. Tem-se, como resultado deste, o poder do cidadão online, ou seja, o poder do ativista online. Surge, pois, o ciberativismo como ferramenta primordial nas relações políticas contemporâneas.

Baseados na ideia do ciberativismo, os candidatos à Presidência da República buscam, na rede e na força dos usuários desta, um ambiente online onde seja possível levantar uma determinada bandeira e angariar novos apoiadores. Surge, no Brasil, no último pleito eleitoral, a ideia das campanhas eleitorais, na web, onde, um candidato



substitui o tradicional panfleto pela utilização das redes sociais para difundir suas propostas.

Diante deste panorama, o presente trabalho pretende, a partir da análise dos perfis dos principais candidatos à Presidência da República, no último pleito eleitoral brasileiro, analisar qual é a real influência do uso das redes sociais digitais, em especial o Twitter, na angariação de novos apoiadores e eleitores por parte dos candidatos. Nesse sentido, o presente trabalho almeja analisar qual é a real intenção dos internautas ao optarem por seguir ou não um determinado presidenciável.

A teoria base a ser adotada para a elaboração do presente artigo consiste na utilização da premissas adotadas por Castells e seus estudos a respeito das Sociedades Informacionais. Empregou-se o método de abordagem dedutivo, aliado à técnica de pesquisa bibliográfica, partindo de premissas dogmáticas ante as conclusões almejadas, onde qudou-se defecitário o uso da web pelos presidenciáveis, apresentando baixo crescimento de seguidores a um e ainda frágil quantidade de followers a outros. Ainda, realizou-se observação direta, sistemática e não participativa dos perfis mencionados na rede social, dando-se como conclusão o desinteresse dos representados em utilizar a rede em prol de um e-gov e, alternativamente, a falta de aptidão dos presidenciáveis em usar a internet com fins políticos.

O presente artigo é estruturado em dois grandes tópicos, quais sejam, a abordagem teórica sobre as Sociedades Informacionais e o Ativismo Digital e, finalmente, a análise prática dos perfis dos dois principais candidatos à Presidência da República no último pleito eleitoral brasileiro.

1 CIBERCULTURA E AS POSSIBILIDADES DO CIBERATIVISMO: A CONSTRUÇÃO DE UMA SOCIEDADE EM REDE

No ano em que foram comemorados os vinte e seis anos da Constituição da República Federativa do Brasil, promulgada em 1988, após muitas primaveras vividas fora de um Estado Democrático de Direito⁴ - com governos autoritários e tiranos, sinalagmas de

⁴ A Constituição do Brasil de 1988 - ao lado do princípio republicano e da forma federativa de Estado, princípios fundamentais da organização do Estado, inova ao incorporar o conceito de Estado Democrático de Direito, na tentativa de conjugar o ideal democrático ao Estado de Direito, não como uma oposição de conceitos, mas sob um conteúdo próprio onde estão presentes as conquistas



uma ditadura civil-midiática-militar que gerenciou o Brasil -, a sétima eleição presidencial desta Carta Magna se consumou. Nesse sentido, Daniel Sarmento⁵ disserta que:

Do ponto de vista histórico, a Constituição de 1988 representa o coroamento de um processo de transição do regime autoritário em direção à democracia. Apesar da forte presença de forças que deram sustentação ao regime militar na arena constituinte, foi possível promulgar o texto que tem como marcas distintivas o profundo compromisso com os direitos fundamentais e com a democracia, bem como a preocupação com a mudança das relações políticas, sociais e econômicas, no sentido de uma sociedade mais inclusiva, fundada na dignidade da pessoa humana.

O último pleito eleitoral foi visto pelos estudiosos da cibercultura⁶ como um rompimento de paradigmas no cenário eleitoral de países cujo regime político imperado é a democracia, já que a supramencionada disputa foi a primeira a ocorrer após as tão festejadas manifestações dos meses de junho e julho de dois mil e treze. Nestas, cidadãos de todas as fronteiras territoriais brasileiras foram às ruas reivindicar melhorias e direitos assegurados pela Carta Constitucional que, fatidicamente, não eram eficazes como o legislador almejava. Havia, ademais, um clima de fraternidade,

encontrado nas redes e percebido nas ruas [que] difunde a defesa dos direitos dos mais indefesos, dos povos indígenas massacrados pela indiferença pública numa Amazônia espoliada. Esse movimento sem nome, porque do Passe Livre se passou ao clamor pela Liberdade em todas as suas dimensões, surgiu das estranhas de um país perturbado por um modelo de crescimento que ignora a dimensão humana e ecológica do desenvolvimento. [...] De forma confusa, raivosa e otimista, foi surgindo por sua vez essa consciência de milhares de pessoas que eram ao mesmo tempo indivíduos e um coletivo, pois estavam - e estão - sempre

democráticas, as garantias jurídico-legais e a preocupação social. Tudo constituindo um novo conjunto onde a preocupação básica é a transformação do *status quo*.

O Conteúdo da legalidade - princípio ao qual permanece vinculado - assume a forma de busca efetiva da concretização da igualdade, não pela generalidade do comando normativo, mas pela realização, por meio dele, de intervenções que impliquem diretamente uma mudança substantiva nas circunstâncias de vida da comunidade política.” (STRECK; MORAIS, 2013).

⁵ SARMENTO, Daniel. **Por um constitucionalismo inclusivo: História constitucional brasileira, teoria da constituição e direitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010. p.102.

⁶ Vale ressaltar que o conceito de cibercultura foi cunhado por Pierre Lévy, em sua obra homônima, assim: “quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. In: LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 2010.



conectadas, conectadas em rede e enredadas na rua, mão na mão, tuítes a tuítes, post a post, imagem a imagem. Um mundo de virtualidade real e realidade multimodal, um mundo novo que não é novo, mas que as gerações mais jovens veem como seu. Um mundo que a geocracia dominante não entende, mas conhece e que não lhe interessa por ela encarado como suspeita quando seus próprios filhos e netos se comunicam pela internet, entre si e com o mundo, e ela sente que está perdendo o controle.⁷

Essa nova maneira de manifestar, agora *online*, é vista como um rompimento dos tempos de modernidade para os tempos de pós-modernidade⁸. As sociedades destes tempos, por suas bandas, uma vez cientes das novas tecnologias de informação (TICs), adotaram, como ferramenta basilar para a comunicação e para as relações humanas, a rede. Essa nova tecnologia vem corroborando com importantes alterações em vários âmbitos componentes do convívio humano e social - quando internautas dialogam por meio da *web*, efetuando video conferências e debates virtuais -, cultural - uma vez seja possível que se acompanhe eventos de cunho acadêmico pela *Internet*, bem como assistir a filmes e ler livros por meio da rede - e político - já que são debatidos projetos de lei em *sites* de instituições públicas, bem como seja possível acompanhar o processo de efetivação de obras governamentais por meio da rede mundial de computadores. Nesse sentir, Gonçalves afirma que:

Para além de seus impactos na economia, estas tecnologias vêm afetando profundamente os modos de organização das relações sociais e as condições da realização de valores básicos das sociedades modernas, como a liberdade e a democracia.⁹

⁷ CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

⁸ “A chamada pós-modernidade, este período técnico-científico-informacional, marca um terceiro momento nessa evolução. Os suportes das redes encontram -se, agora, parcialmente no território, nas forças naturais dominadas pelo homem (o espectro eletro magnético) e parcialmente nas forças recentemente elaboradas pela inteligência e contidas nos objetos técnicos (por exemplo, o computador ...). Desse modo, quando o fenômeno de rede se torna absoluto, é abusivamente que ele conserva esse nome. Na realidade, nem há mais propriamente redes; seus suportes são pontos”. SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo. Razão e emoção**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2006.

⁹ GONÇALVES, M. E. **Direito da Informação: novos direitos e formas de regulação na sociedade informacional**. Coimbra: Livraria Almedina, 2003.



A *web*¹⁰, que foi utilizada, primeiramente, nos Estados Unidos da América, como escopo bélico, atualmente, vem sendo difundida em nível global e sofrendo robusta alteração em razão de suas possibilidades. Nesse sentido, nos últimos anos, esta vem se tornando, como supra referido, importante ferramenta nas sociedades informacionais em rede. Castells¹¹, nesse tocante, versa que a revolução tecnológica informacional é salientada pela sua alta penetrabilidade nos mais distintos domínios da atividade humana.

Na *internet* ocorre a disseminação de informação de maneira quase instatânea e, praticamente, sem limitações territoriais, o que, em tempos outros, era algo impensável, assim como todas os demais mecanismos oferecidos pela *web* aos seus usuários, os internautas.

A já mencionada instataneidade passou, no último ano, a ser utilizada pelos candidatos à Presidência da República como uma ferramenta de difusão de ideias e um espaço para se levantar bandeiras, com o intuito de conquistar o apoio de mais eleitores em uma seara nacional.

Outra perspectiva ofertada pela rede é a liberação da palavra que Lemos e Levy¹², de forma cabal, mencionam, quando os receptores e os emissores de informação se confundem e o acesso a essa se torna mais democrático em relação aos antigos tempos onde a grande mídia difundia a informação que acreditava ser a mais verdadeira das verdades. Nos tempos de hoje, entretanto, percebe-se uma diversidade de verossimilhanças e interpretações, cabendo ao novo receptor-emissor, ou seja, ao

¹⁰ “A internet nasceu em 1969, nos Estados Unidos. Seu nome original era ARPA (Advanced Research Projects Agency). Criada na época da Guerra Fria, a ARPA era uma rede do departamento de defesa norte-americano que tinha por função interligar centros de pesquisas. A internet foi concebida como uma rede sem um ponto de comando central único e essa construção permite que ela continue ativa mesmo em caso de suspensão nas comunicações de alguns de seus centros. Todos os pontos da rede têm o mesmo poder de comunicação. [...] A WWW (World Wide Web), nascida em 1991, corresponde à parte da Internet construída a partir de princípios do hipertexto. A WWW foi desenvolvida por Tim Berners-Lee, que trabalhava para o CERN, um laboratório de pesquisas europeu sediado na Suíça. A Web baseia-se numa interface gráfica e permite o acesso a dados diversos (textos, músicas, sons, animações, filmes, etc.) através de um simples “clique” do mouse. Devido à facilidade que sua interface oferece, a Web vem crescendo de uma forma vertiginosa. Antes da WWW, era necessário conhecer comandos UNIX para ‘acessar’ a Internet”. LEÃO, L. O *labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço*. São Paulo: Illuminuras, 2001.

¹¹ CASTELLS, M. *A era da informação*. São Paulo: Paz e Terra, 1999

¹² LEMOS, André. LEVY, Pierre. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Paulus, 2010.



internauta, aplicar a sua hermenêutica ao conhecimento que o mesmo busca na *web*. Então,

a teia gigantesca desfaz pontos fixos ou limites predeterminados para o tráfego de dados e imagens; não há centro nem periferia, e sim entrelaçamentos de percursos. As fronteiras entre quem emite e quem recebe podem tornar-se fluidas e instáveis. Os usuários têm a chance de atuar, simultaneamente, como produtores, emissores e receptores, dependendo de lastros culturais e habilidades técnicas.¹³

Os cibernautas, e, dentro deste grande eixo, os candidatos então à Presidência da República, no último pleito eleitoral, em páginas como *blogs*, redes sociais digitais ou *micro blogs*, organizam-se de forma ativista para exteriorizar suas ideias e opiniões, de maneira que assumem posição em defesa de determinada causa. Tem-se aí, portanto, um cidadão que utiliza a *internet* como um espaço para levantar uma determinada bandeira, como já mencionado anteriormente. Com esse intuito, muitos dos ativistas digitais buscam disseminar seus devaneios e, com isso, engajar mais usuários da rede a se unirem em prol comum, apresentando resultados, muitas vezes, no mundo *off-line*.

Tem-se, pois, nos *ciber* ambientes, como ferramenta de ação política, o ativismo digital, também conhecido como ciberativismo. Este é ilustrado como,

[...] ações coletivas deliberadas que visam a transformação de valores e instituições da sociedade, manifestam-se na e pela Internet. O mesmo pode ser dito do movimento ambiental, o movimento das mulheres, vários movimentos pelos direitos humanos, movimentos de identidade étnica, movimentos religiosos, movimentos nacionalistas e dos defensores/proponentes de uma lista infindável de projetos culturais e causas políticas. O ciberespaço tornou-se uma ágora eletrônica global em que a diversidade da divergência humana explode numa cacofonia de sotaques.¹⁴

¹³ MORAES, Dênis de. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, vol. 9, n. 2, mai./ago. 2007.

¹⁴ CASTELLS, M. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.



Ugarte¹⁵, em diálogos sobre o ativismo digital, entende que este se trata de uma maneira de incluir as diferentes temáticas na grande deliberação social, utilizando-se, assim, a grande difusão de mensagens através de publicações eletrônicas. Essa disseminação de informações, culminada com o surgimento dos *e-groups* de debate, originou a ideia de que cada cidadão *on-line* detém um micropoder. Consequentemente, juntando todos estes, temos um macro poder. Deliberando a cerca do fenômeno do micropoder, nesse tocante, Cremades diz que:

As manifestações de jovens em toda a Espanha por um melhor acesso a moradias, o fenômeno da “blogosfera”, que tem transformado a geração de opiniões e criando uma dinâmica maior no fluxo de informações para influenciar a opinião pública [...] são episódios de um fenômeno a que convém prestar cada vez mais atenção: a revolução do micropoder.¹⁶

Dessa forma, pode-se perceber que a potencialidade da *web* para os movimentos ativistas vem se tornando cabalmente importante para a efetivação destes, já que há uma indiscutível capacidade de organização e mobilização de ativistas por meio da rede. Em razão disso, muitas campanhas ativistas são arquitetadas por meio da rede. “Consequentemente, estas tecnologias são cada vez mais utilizadas para a promoção de causas, a criação e a organização de movimentos sociais.”¹⁷. Entretanto, naquilo que tange a utilização da *internet* para uma promoção eleitoral, no Brasil, ainda não se tem o conhecimento do potencial impregnado do uso desta para tal finalidade, já que a última eleição presidencial brasileira foi a primeira com infundado apreço dos candidatos às novas mídias sociais.

Diversas são, pois, as razões defendidas na *web*. Movimentos sociais, que eram, em tempos de outrora, executados e arquitetados apenas nas ruas, atualmente, o são, por outra banda, na *internet* para, doravante, tomarem as alamedas com maior efetividade e potencialidade, em busca de direitos fundamentais e garantias sociais que foram positivados, mas não efetivados. Nos tempos atuais, de pós-modernidade, torna-se fundamental a adoção de uma postura ativista na rede mundial de computadores, já que

¹⁵ UGARTE, David de. **O poder das redes**: manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas, chamadas a praticar o ciberativismo. Porto Alegre: Edipucrs, 2008.

¹⁶ CREMANDES, J. **Micropoder**: a força do cidadão na era digital. São Paulo: Senac, 2009.

¹⁷ SEBASTIÃO, S. P.; ELIAS, A. C. **O ativismo like**: as redes sociais e a mobilização de causas. Revista Sociedade e Cultura, 2012.



esta garante uma melhor efetividade das mobilizações de pessoas em prol de objetivos sociais e políticos comuns. Isso faz com que diferentes pessoas, de distintas classes sociais e nixos de atuação unam-se em prol da defesa de ideias compartilhadas.

Vale salientar, nesse sentido, entretanto, que, apesar da cabal importância que a rede vem ganhando na atualidade, jamais se almejou a redução da nítida importância dos moviemtnos realizados de maneira *off-line*, bem como das capanhas eleitorais tradicionais realizadas fora da rede, o que se almeja, vale frisar, é fortalecer a potencialidade do debate de determinados temas, o que, antes, era reduzido aos ambientes *off-lines*. A *internet* é, assim, especialmente apropriada para a geração de laços fracos múltiplos. Estes

[...] são úteis no fornecimento de informações e na abertura de novas oportunidades a baixo custo. A vantagem da Rede é que ela permite a criação de laços fracos com desconhecidos, num modelo igualitário de interação, no qual as características sociais são menos influentes na estruturação, ou mesmo no bloqueio, da comunicação. De fato, tanto *off-line* quanto *on-line*, os laços fracos facilitam a ligação de pessoas com diversas características sociais, expandindo assim a sociabilidade para além dos limites socialmente definidos do auto-reconhecimento.¹⁸

Portanto, os principais candidatos à Presidência da República, em uma seara nacional, no último pleito eleitoral brasileiro, buscaram na rede mundial de computadores uma ferramenta para angariar novos apoiadores e novos eleitores. O micro blog *Twitter* ganhou espaço na campanha eleitoral brasileira. Nesse sentir, os *profiles* dos candidatos são organizados para almejar o apoio de um número cada vez maior de seguidores, propagando suas ideias pela grande rede. A real efetividade do uso da rede nesse sentido, entretanto, passar-se-á a analisar agora.

2 A UTILIZAÇÃO DA REDE PARA UM CIBER PLEITO ELEITORAL: OPORTUNIDADES E PROBLEMÁTICAS

Hodiernamente, onde se versa, sobretudo em uma seara internacional, naquilo que tange as capmanhas eleitorais e a labuta dos candidatos e suas equipe na árdua tarefa

¹⁸ CASTELLS, M. A era da informação. São Paulo: Paz e Terra, 1999.



de almejar atingir o grande sonho de representar uma nação, a grande mídia, cristalina no horário político obrigatório, é o púlpito de muitos desses eleitores e uma ferramenta caracterizada como o grande meio de promoção das campanhas eleitorais.

As novas redes de informalção arraigam-se à tradicional maneira de se efetuar o *marketing* político. Com fulcro na *web*, os candidatos passam a diminuir as linhas de distanciamento que outrora os separavam de seus apoiadores e eleitores, mostrando-se, adeptos a uma nova maneira de governar, qual seja, o governo eletrônico.

Nesse basilar,

o desenvolvimento de programas de Governo Eletrônico tem como princípio a utilização das modernas tecnologias de informação e comunicação (TICs) para democratizar o acesso à informação, ampliar discussões e dinamizar a prestação de serviços públicos com foco na eficiência e efetividade das funções governamentais.

No Brasil, a política de Governo Eletrônico segue um conjunto de diretrizes que atuam em três frentes fundamentais: junto ao cidadão; na melhoria da sua própria gestão interna; e na integração com parceiros e fornecedores. Os inúmeros projetos desenvolvidos pelo Governo Federal, nas mais diversas áreas, contribuem para a melhoria da sociedade, criando opções de acesso e inclusão digital de baixo custo, além de um canal de relacionamento no qual o cidadão pode participar do processo de discussão e implementação das políticas públicas.¹⁹

Naquilo que concerne aos aplicativos sociais, estes interpretam os *softwares* que se valem das bases de dados e estruturas técnicas fornecidas pelos sítios para o processamento de algoritmos. Sendo assim, pode-se, partindo destes aplicativos, potencializar as informações oriundas *dos sites* de maneira mais qualificada e apurada. Distinto deste não é o posicionamento de Silva, já que,

potencializam a agregação de dados derivados de ações que permeiam processos de busca, acesso, produção e difusão de conteúdos em sistemas e ambientes informativos da Web, que por sua vez, podem ser indexados, agregados, recuperados e filtrados de acordo com as definições operacionais próprias do paradigma do agendamento.²⁰

¹⁹ GOVERNO ELETRÔNICO. Disponível em: <<http://www.governoeletronico.gov.br/acoes-e-projetos/>>. Acesso em: 01 set. 2014.

²⁰ SILVA, T. Web 2.0, *Vigilância e Monitoramento*: entre funções pós-massivas e classificação social. In: Anais do Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais, 2011c, Salvador.



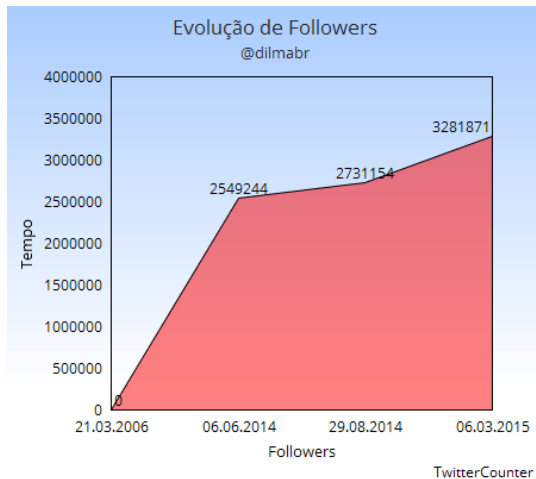
Nesse tocante, pois, propõe-se uma análise do perfil no *Twitter* dos dois principais candidatos à Presidência da República do Brasil no último pleito eleitoral de 2014, Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores) e Aécio Neves (Partido da Social Democracia Brasileira), confrontando o número de seguidores de ambos antes e após as eleições. Para tanto, utilizar-se-á o *socialapp TwitterCounter*, mapeando a rede social *Twitter*. Qual foi a repercussão das campanhas eleitorais dos candidatos supra referidos através das redes sociais digitais? Esta é a inquietação cuja resposta tentar-se-á trazer a lume ao final do presente artigo.

1.1 *TwitterCounter*: uma análise baseada em aplicativo social

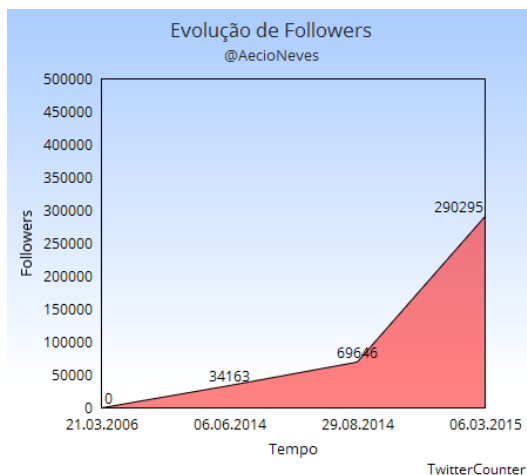
O aplicativo social *TwitterCounter* proporciona que se angarie estatísticas dos perfis cadastrados no *Twitter*. Para que isso se torne possível, basta que se efetue a pesquisa através do nome do usuário desejado. O projeto do site, que teve início com iniciativa dos seus fundadores para efetivar o mapeamento da cidade de Amsterdam, hoje, contudo, possui enfrentamento em mais de noventa e quatro milhões de internautas nos mais distintos pontos globais. Com aproximadamente quinhentas e cinquenta mil visitas mensais e mais de dois milhões e cem mil páginas visitadas, o site se apresenta como o app social mais utilizado quando se almeja analisar usuários do microblog *Twitter*.

Neste diapasão, reserva-se à observação dos perfis dos principais candidatos à Presidência da República no último pleito eleitoral, qual sejam, Dilma Rousseff (@dilmabr) e Aécio Neves (@aecioneves). Espera-se, nesse tocante, confrontar o crescimento de followers de cada presidenciável em dois lapsos temporais, quais sejam, no intervalo de tempo destinado à campanha eleitoral, bem como após o término da mesma.

Nesta banda, a candidata à Presidência da República pelo Partido dos Trabalhadores (PT), Dilma Rousseff, possuía, na data que deu início à campanha eleitoral, 2.254.244 (dois milhões quinhentos e quarenta e nove mil duzentos e quarenta e quatro) followers no seu profile no *Twitter*. Com isso, durante a campanha eleitoral, Dilma Rousseff apresentou um crescimento de 181.910 (cento e oitenta e um mil novecentos e dez) usuários a segui-la.



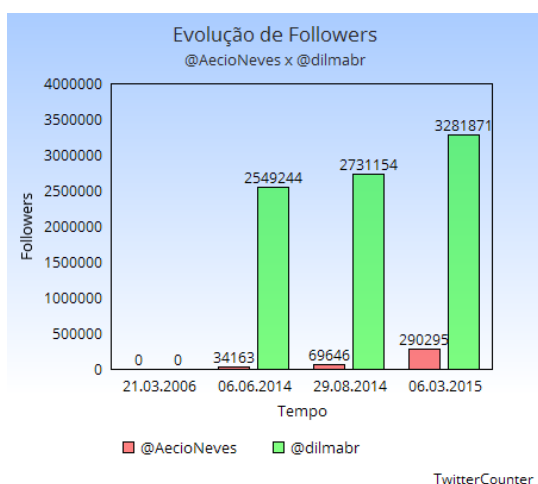
O candidato à Presidência da República pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Aécio Neves, neto de Tancredo Neves, possuía, na data que deu início à campanha eleitoral, no dia seis de junho de dois mil e quatorze, 34.163 (trinta e quatro mil cento e sessenta e três) seguidores. Ao término da campanha eleitoral, em vinte e nove de agosto do ano de dois mil e quatorze, o candidato atingiu o patamar de 69.646 (sessenta e nove mil seiscentos e quarenta e seis) seguidores.



Após as eleições presidenciais, entretanto, a candidata eleita, Dilma Rousseff, em 06 de março de 2015 - data em que foi realizada a pesquisa - apresentou 3.281.871 (três milhões duzentos e oitenta e um mil oitocentos e setenta e um) seguidores. A candidata petista, então, angariou um crescimento de, aproximadamente, 30% em seus followers em relação ao início de sua campanha eleitoral, quando marcava 2.549.244 (dois milhões quinhentos e quarenta e nove mil duzentos e quarenta e quatro). Nesse mesmo diapasão, Aécio Neves, que conquistou o segundo lugar na eleição presidencial, concorrendo com a Presidente da República o segundo-turno da disputa, no dia 06 de março de 2015, possuía



290.925 (duzentos e noventa mil novecentos e vinte e cinco) seguidores. O candidato tucano, entretanto, possuía 34.163 (trinta e quatro mil cento e sessenta e três) followers no início de sua campanha eleitoral, o que significa um crescimento de, aproximadamente, 800%.



Não se pode narra o porquê de o crescimento tucano ser, seguramente, maior que o número de seguidores da candidata eleita Presidente da República, mas se pode listar algumas possibilidades. É certo que o crescimento petista seria menor, haja vista o número de seguidores que Dilma Rousseff já suportava antes do início das campanhas eleitorais, o que não a permitia um aumento muito significativo, ao passo em que Aécio Neves não refletia nas redes o apoio que recebera na disputa, quando perdera o segundo turno para a candidata da situação por uma porcentagem baixa de votos.

Igualmente, poderia ser explicada a disparidade de crescimento do número de seguidores pelo uso que os candidatos fazem da rede social Twitter, não mostrando o mesmo empenho e vitória dedicados pela campanha presidencial de 2008/2009, onde Barack Obama inaugurou a plataforma on-line albergada pelos pulpitos tradicionais. Seria plausível, ainda, por derradeiro, conforme pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet²¹, supor que o baixo número de crescimento de seguidores do perfil @dilmabr e o ainda issipiente número de followers de @aacioneves se dá pelo desinteresse da população

²¹ PINHO, J. A. G. de; RAUPP, F. M. **Desvendando os Limites e Possibilidades do E-gov e do Cidadão: evidências empíricas da realidade brasileira.** In: INTERNET, Comitê Gestor da. Pesquisa TIC Governo Eletrônico. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2014, p. 101.



brasileira com acesso à rede em utilizá-la para conotação políticos alicerçada em um governo eletrônico eficaz.

Ao pensar em uma atividade que teria uma conotação mais coletiva e política, como participar de fóruns, chats, votações, etc. relacionados ao governo, essa atividade só consegue atrair a atenção de poucos 10% dos usuários do e-Gov [...]. Aqui parece que nos confrontamos com uma espécie de digital divide, em que, de um lado, temos aqueles interessados em extrair da Internet informações para uso individual e, do outro lado, um grupo bem menor, de interessados em questões aparentemente coletivas.²²

Assim, demonstrada a evolução dos candidatos a Presidência da República Aécio Neves e Dilma Rousseff, confrontando com as novas potencialidades da internet e apresentando as possíveis causas de seu baixo aproveitamento, o presente trabalho encontra-se apto às suas considerações conclusivas.

CONCLUSÃO

Não se espera, com este trabalho, exaurir todas as formas de estudo da temática apresentada, mas tão somente demonstrar uma das possibilidades de interpretação da *internet* e do Direito. Esta, assim, não é uma obra acabada. A busca, mesmo que peregrina, por preciosismo científico é o que move a pesquisa acadêmica.

Vive-se em uma sociedade informacional, onde a *internet* apresenta, hodiernamente, contornos distintos do objetivo pelo qual foi criada. Com um escopo inicialmente bélico, a rede passou a ser um reflexo dos movimentos sociais que aconteciam nas ruas, onde o ativismo tornou-se ciberativismo, articulando os que se propõem a lutar por uma mesma causa.

Outro caminho que a *web* se moldou é o governo eletrônico. Esse, que compreende as formas pelas quais o governo, através da rede mundial de computadores, pode comunicar-se com os cidadãos, mantendo uma linha direta de diálogo, através de portais governamentais e redes sociais. Dentre as formas de e-gov, o presente trabalho se propõe a analisar a relação entre a rede social *Twitter* dos candidatos à Presidência da

²² PINHO, J. A. G. de; RAUPP, F. M. **Desvendando os Limites e Possibilidades do E-gov e do Cidadão: evidências empíricas da realidade brasileira.** In: INTERNET, Comitê Gestor da. Pesquisa TIC Governo Eletrônico. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2014, p. 101.



República Aécio Neves e Dilma Rousseff, mais precisamente um confronto entre a diferença de número de seguidores que cada perfil possuía no início de suas campanhas eleitorais e depois de findado o pleito.

Neste sentido, @dilmabr, o perfil da candidata eleita, apresentou um crescimento de trinta por cento, no recorte histórico proposto, quando @aecioneves, o candidato que disputou o segundo turno das eleições presidenciais com a candidata petista, angariou um crescimento de aproximadamente 800%.

Ao final da presente análise, justifica-se o baixo número de crescimento da candidata petista e o ainda frágil número de *followers* do candidato tucano por duas possibilidades: a incompetência dos políticos brasileiros em utilizar as redes sociais, tal qual Barack Obama, atual Presidente dos Estados Unidos da América, exemplarmente o fez em meados de 2008/2009, e o desinteresse da população brasileira em utilizar, conforme dados publicados pelo Comitê Gestor da Internet, a *web* com contornos de governo eletrônico.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, M. **A era da informação**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

CREMANDES, J. **Micropoder**: a força do cidadão na era digital. São Paulo: Senac, 2009.

GONÇALVES, M. E. **Direito da Informação**: novos direitos e formas de regulação na sociedade informacional. Coimbra: Livraria Almedina, 2003.

GOVERNO ELETRÔNICO. Disponível em: <<http://www.governoeletronico.gov.br/acoes-e-projetos/>>. Acesso em: 01 set. 2014.

LEÃO, L. **O labirinto da hipermídia**: arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 2001.

LEMONS, André. LEVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 2010.

MORAES. Dênis de. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista**



de **Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, vol. 9, n. 2, mai./ago. 2007.

PINHO, J. A. G. de; RAUPP, F. M. Desvendando os Limites e Possibilidades do E-gov e do Cidadão: evidências empíricas da realidade brasileira. In: INTERNET, Comitê Gestor da. **Pesquisa TIC Governo Eletrônico**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2014, p. 101.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço**: técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2006.

SARMENTO, Daniel. **Por um constitucionalismo inclusivo**: História constitucional brasileira, teoria da constituição e direitos fundamentais. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

SEBASTIÃO, S. P.; ELIAS, A. C. **O ativismo like**: as redes sociais e a mobilização de causas. Revista Sociedade e Cultura, 2012.

SILVA, T. **Web 2.0, Vigilância e Monitoramento**: entre funções pós-massivas e classificação social. In: Anais do Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais, 2011c, Salvador.

STRECK, L L; MORAIS, J. L. B. **Comentários ao artigo 1ª**. In: CANOTILHO, J.J. Gomes; MENDES, G. F.; SARLET, I. W. **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva/Almedina, 2013.

TWITTER. Disponível em: <<http://www.twitter.com.br/>>. Acesso em: 06 mar. 2015.

TWITTERCOUNTER. Disponível em: <<http://www.twittercounter.com.br/>>. Acesso em: 06 mar. 2015.

UGARTE, David de. **O poder das redes**: manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas, chamadas a praticar o ciberativismo. Porto Alegre: Edipucrs, 2008.