

# UBIQUIDADE NA REDE<sup>1</sup>

## *Os blogs pessoais para a intervenção de sujeitos políticos no espaço público*

Sandra Eliane Olivera Bitencourt de Barreras<sup>2</sup>

**Resumo:** *O objetivo deste artigo é esboçar alguns lineamentos para a indagação de como estão sendo construídas e repercutidas novas modalidades para a intervenção de sujeitos políticos no espaço público a partir da exibição de perfis pessoais nas redes sociais da internet. É realmente possível discursar como autoridade pública e ao mesmo tempo como cidadão? Este estudo busca demonstrar a partir de que realidades estes questionamentos são formulados e percorre noções de teoria política e Cibercultura para propor o debate em torno da idéia de ubiquidade na rede, estar ao mesmo tempo cumprindo dois papéis e ocupando a uma só vez diferentes espaços.*

*A construção da reputação na internet, as relações de intimidade não recíprocas, a incorporação da dimensão afetiva e pessoal na oferta de informações governamentais e administrativas pelos próprios agentes políticos serão abordados neste trabalho, com o ânimo de lançar luz sobre um dos importantes fenômenos da cena política contemporânea.*

**Palavras-Chave:** *blogs políticos, reputação na internet, comunicação pública*

---

### 1. Introdução

Biografias, artigos, fotos, dicas culturais, músicas preferidas, polêmicas, notícias administrativas e decisões governamentais. Tudo ao mesmo tempo, repercutindo em vários espaços. Uma receita curiosa, com um “bolo” repartido a milhares de seguidores. A adesão de políticos às redes sociais, especialmente aos blogs e micro blogs ( o Twitter), é intensa e crescente. O que chama a atenção é que autoridades com representação pública também estão presentes na rede, utilizando todas as máscaras possíveis e construindo suas reputações ora como sujeitos políticos, ora como governantes, ora como simples cidadãos.

O interesse pela investigação desse dom da ubiquidade que a rede permite, parte da observação cotidiana e do estranhamento com essa aparente nova modalidade de comunicação pública-política-pessoal.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “<Comunicação e Política>”, do XIX Encontro da Compós, na PUC-Rio, Rio de Janeiro, em junho de 2010.

<sup>2</sup> Doutoranda do PPGCOM- Universidade Federal do Rio Grande do Sul-contato@sandrabitencourt.com.br

Os blogs pessoais de dois governadores brasileiros serão analisados neste trabalho. Como apresentam seus perfis, que tipo de notícias e comentários publicam, com que características se apresentam e como interagem com o cidadão, isto é, afinal que tipo de comunicação estão praticando e com que finalidades? Para adiantar um dos exemplos que serão detalhados a seguir, está o Twitter do governador de São Paulo, José Serra, do PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira), com 162 mil seguidores, desde junho de 2009. O governador se notabiliza por passar madrugadas postando de dicas de filmes, a receitas e explicações sobre medidas para mitigar os efeitos das enchentes que abalam a capital paulista há quase dois meses. Utilizando conceitos de Goffman, é possível questionar: quantos figurinos afinal este ator veste para se apresentar nesse palco virtual? Que discursos seleciona durante suas performances, como constrói sua coerência e reputação na rede e ao mesmo tempo cumpre com os preceitos de seu cargo e produz uma comunicação de interesse público?

Para formular tais indagações, este trabalho revisita conceitos, definições e métricas que dimensionam a internet no Brasil. Começa por abordar as mudanças que a Internet permite e pressiona no campo da comunicação, o conceito fundamental dessas transformações que é a idéia de interatividade e o incremento da conectividade no país, o que atrai ainda mais os agentes políticos para esse universo, a fim de realizarem suas disputas simbólicas de forma mais atualizada e prática.

O artigo se aproxima também dos conceitos de reputação, privacidade e intimidade via rede, tendo por base autores como Goffman e Thompson. O trabalho ainda avança com a revisão dos conceitos de comunicação pública segundo o autor Pierre Zémor, a propaganda política midiática, transparência e accountability na internet. Por fim, apresenta dois casos de utilização de blogs pessoais por agentes políticos: os governadores do Rio Grande do Sul, Yeda Crusius e de São Paulo, José Serra. A análise da utilização dessas ferramentas pelas autoridades implica na necessidade de revisitar os conceitos e condições citados anteriormente e justificam a proposta de iniciar um debate: que comunicação é esta? Esta nova vitrine virtual, utilizada desta maneira, implica em cotas maiores de transparência, favorece a conversação civil, adiciona mais espaço para a comunicação pública e a prestação pública de contas pelos agentes políticos? Ou, pelo contrário, favorece o interesse privado do agente, confunde e compete com a informação norteada pelo interesse público?

## **2. Internet : interatividade e um novo cenário de relações sociais**

Um novo terreno no campo da comunicação social que desafia modelos e altera definições em função das múltiplas e vertiginosas facetas. Assim é a internet e sua variada oferta de serviços online. A mídia digital apresenta uma possibilidade inédita, pelo menos em grande escala, do usuário ser ao mesmo tempo sujeito e objeto da ação comunicativa, de ser receptor e emissor da mensagem, guardadas é claro, as devidas proporções das correlações de forças nesse processo.

A interatividade é o elemento fundamental nessa nova forma de comunicação. Não são pequenos os esforços para chegar a um conceito, como igualmente são vastos os enfoques do termo. O autor Alex Primo traz uma colaboração decisiva com a proposta da expressão *interação mediada pelo computador*, com o entendimento de que “a interação é uma ação entre os participantes do encontro. Nesse sentido, o foco se volta para a relação estabelecida entre os interagentes, e não nas partes que compõem o sistema global” (PRIMO, Alex, pg. 45, 2005). São as prerrogativas do avanço tecnológico que permitem determinadas relações, mas além de compreender o potencial da máquina, é preciso vislumbrar com clareza o modo como os sujeitos desse processo fazem uso e se relacionam com a tecnologia e entre eles. O surgimento dessas tecnologias leva a um movimento de acomodação aos novos meios e por isso a novos comportamentos. Watzlawick, Beavin e Jackson consideram a interação um sistema e citam a definição de Hall e Fagen para sistema:

Um conjunto de objetos com as relações entre os objetos e entre os atributos, em que os objetos são os componentes ou partes do sistema, os atributos são as propriedades dos objetos e as relações dão coesão ao sistema todo. (WATZLAWICK, 1973, pg. 109)

Os movimentos de adesão de sujeitos políticos às redes sociais da Internet podem ter várias interpretações. O desejo de maior aproximação, interação com os cidadãos, demonstrar maiores cotas de transparência e revelar, sem o filtro dos meios de comunicação de massa ou mesmo dos canais oficiais de comunicação dos poderes, as iniciativas, comportamentos e reflexões que considere pertinentes. Além disso, existe a possibilidade de construir reputação e imagem mesclando um perfil administrativo, realizador, de trabalho permanente, ao lado do perfil mais humano, pessoal, amistoso e familiar num cenário que valoriza a exposição da

intimidade. Outro aspecto relevante é o de alcançar um público formador de opinião, que transita opinião na rede e independe de localização, tempo e maiores recursos, é uma ferramenta valiosa para quem precisa manter vínculos e apresentar discursos com vistas às eleições.

O desenvolvimento tecnológico traz a possibilidade de aportar novos mecanismos de controle, comunicação e questionamento, melhorando os efeitos da comunicação política, sugerindo a possibilidade de vozes periféricas conquistarem visibilidade numa nova concepção de esfera pública junto à esfera de decisão política. A recíproca também é verdadeira. Essa esfera de decisão tem a possibilidade de se posicionar numa espécie de linha direta com o cidadão, o eleitor. Mas o que deixa dúvida é se esse posicionamento duplo do agente político, sua conduta dúbia entre pessoa comum e autoridade confunde ou revela, informa ou disfarça, implica ou exime. Em síntese, qual o grau de suporte público envolvendo as questões respondidas por autoridades nesses espaços pessoais.

Com relação à conectividade, dados recentes dão conta de que o acesso à rede tem um aumento cada vez mais significativo no Brasil. 64<sup>3</sup>,8 milhões de internautas segundo o *Ibope Nielsen Online* em julho de 2009 são registrados no país, um aumento de 2,5 milhões de pessoas em relação ao mês anterior. Em junho de 2008, o *Ibope/NetRatings* contabilizava 41,5 milhões, mas não contabilizava os acessos públicos (LAN houses, bibliotecas, escolas e telecentros), que agora passou a somar aos acessos do trabalho e de casa. O Brasil é o quinto país com o maior número de conexões à Internet.

Nas áreas urbanas, 44% da população estão conectadas à internet. 97% das empresas e 23,8% dos domicílios brasileiros estão conectados à internet.

Esse panorama aponta para a inequívoca condição privilegiada da internet como ambiente significativo de circulação e formação da opinião pública e potencialmente de deliberação cívica. "A internet reduz os custos de participação política e pode proporcionar um meio de interação através do qual o público e os políticos podem trocar informações, consultar e debater, de maneira direta, contextualizada, rápida e sem obstáculos democráticos" (MAIA,

---

<sup>3</sup> dados retirados do site [http://www.tobeguarany.com/internet\\_no\\_brasil.php](http://www.tobeguarany.com/internet_no_brasil.php)

2002, p.48,). Mas é preciso levar em conta que para fortalecer a democracia, como reflete Rousiley Maia, "são necessárias não apenas estruturas comunicacionais eficientes e instituições propícias à participação, mas também devem estar presentes a motivação correta, o interesse e a disponibilidade dos próprios cidadãos para se engajar nos debates" (Idem, 2002, pg. 50).

### **3. Reputação, privacidade e intimidade via rede**

Com essa crescente expansão dos acessos à Internet, potencializada pelo surgimento de dispositivos portáteis, a presença da rede alcança grande parte das atividades humanas cotidianas como trabalhar, estudar, conversar, namorar, comprar, divertir-se e fazer política. Um cenário que o empresário da informática, Bill Gates, descreve como *pervasive computing*, ou seja, computação onipresente. Para o investigador Manuel Castells essa condição inovadora de comunicação humana está expressa na frase emblemática "a Internet é o tecido das nossas vidas" (CASTELLS, 2003, pg. 7). Na verdade, a formação de redes não é algo novo na humanidade, inovador é o desenvolvimento de ferramentas que permitem a interconexão em escala global e uma organização extraordinária para a ação humana.

As trocas sociais estão atreladas a valores como visibilidade, reputação, popularidade e autoridade, constituídos a partir da emergência das redes sociais e da apropriação social das ferramentas de comunicação na Internet. Um dos comportamentos bastante significativos na internet e incomum ao cotidiano não-virtual, ou offline, é a atitude solidária. Há incentivo à cooperação. Contudo, não se pode ignorar que pode haver busca de um possível benefício que certa ação ou informação pode trazer, ainda que o retorno não seja garantido ou se limite a um adicional na imagem do indivíduo perante o grupo. Assim quando compartilha imagens, indica músicas, comenta filmes, organiza agendas de eventos importantes, o ator envolvido divide interesses comuns, mas também mostra o perfil que lhe é de seu agrado. Ou seja, da vontade coletiva envolvida na ação pode haver um desejo de autopromoção. Para Erving Goffman que trabalha com os conceitos de "performance" e "fachada" e utiliza a teoria do teatro para retratar a importância das relações sociais, o indivíduo está constantemente representando um papel. O ator social tem a habilidade de escolher seu palco e sua peça, assim como o figurino que ele usará para cada público. O objetivo principal do ator é manter

sua coerência e se ajustar de acordo com a situação. Isso é feito principalmente com a interação dos outros atores.

Em presença dos outros, o indivíduo geralmente inclui em sua atividade sinais que acentuam e configuram de modo impressionante fatos confirmatórios que, sem isso, poderiam permanecer despercebidos ou obscuros. Pois se a atividade do indivíduo tem de tornar-se significativa para os outros, ele precisa mobilizá-la de modo tal que expresse, durante a interação, o que ele precisa transmitir (GOFFMAN, pg. 36, 2005)

Esta autopromoção, de construção de imagem amistosa, próxima e positiva sempre foi perseguida por quem disputa a vontade e a confiança da população para exercer um mandato. A novidade é que a interação mediada traz aditivos para esse exercício. A internet amplia a capacidade de publicização do “eu”. Se funciona para desconhecidos, também pode ser um terreno valioso para políticos em busca de visibilidade. O ator tem a necessidade de ressaltar sua ação benéfica, demonstrar seu conhecimento, sua rotina útil, seus gostos e preferências que contribuam positivamente para uma boa reputação. Aqui a noção de reputação é compreendida como a percepção construída de alguém pelos demais atores e, portanto, implica em três elementos: o "eu" e o "outro" e a relação entre ambos (RECUERO,2009, pg. 86)

O conceito de reputação, portanto, implica diretamente no fato de que há informações sobre quem somos e o que pensamos, que auxiliam outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre nós. Partindo informalmente das noções do Goffman, por exemplo, poderíamos dizer que a reputação de alguém seria uma consequência de todas as impressões dadas e emitidas deste indivíduo. A reputação, assim, pode ser influenciada pelas nossas ações, mas não unicamente por elas. (RECUERO, 2010, online)

Para Recuero, um dos pontos -chaves da construção de redes sociais na internet é, justamente, o fato de que os sistemas que as suportam permitem um maior controle das impressões que são emitidas e dadas, auxiliando na construção da reputação. Aquilo que é colocado público num site de rede social, num blog ou fotolog é sempre performático.

Ou seja, não somos quem apresentamos ser nesses sites. Ao contrário, sites de redes sociais são como palcos, onde usamos maquiagem, representamos papéis e exacerbamos lados de nossas personalidades

ou de nossos "eus" que não constituem a sua completude. Apresentamos ali fragmentos, pedaços, reflexos. (RECUERO, 2010, online)

Por isso, o esforço para parecer comprometido, inteligente, presente, culto, enfim, uma mistura de qualidades que ora são forjadas no perfil pessoal, ora identificadas com o gestor público, na tomada de decisões administrativas ou no posicionamento político de determinados assuntos. A construção da reputação por agentes políticos tenta atingir todas as dimensões e assume vários papéis. Seria um desafio importante descobrir como esse posicionamento é percebido pelo público. É claro que, como também indica a autora, a reputação não é simplesmente o número de leitores de um blog, ou o número de seguidores do Twitter. A reputação é relacionada com as impressões que os demais autores têm de outro ator, é uma percepção qualitativa per se. Certamente as tentativas de mostrar o lado mais humano é uma estratégia para buscar aproximação, conquistar simpatia, ajudar a definir impressões favoráveis. No caso dos agentes políticos, em momentos de crise política, apresentar a família, demonstrar emoção, compartilhar fragilidades e até mesmo assumir erros, pode concorrer para melhor moldar as impressões emitidas. Em raros casos isso pode ser feito em outro meio, como a TV, pelo menos, não sem espetacularização. A vantagem da interação mediada por computador é que essa é uma característica da internet, onde pessoas que pouco conhecemos, amigos recém adicionados, têm acesso ao nosso mundo “privado”. Aliás, nesse esforço para construir uma reputação benéfica, agentes políticos deixam de lado a privacidade, embora em diversas situações reclamem que sua vida pessoal é atacada em função da sua atuação política.

Recuero aponta dois tipos de publicização do eu e de informações que são publicadas na Internet e que modificam as nossas visões de privacidade. O primeiro tipo, as publicações são aquelas informações sobre as quais não se tem controle. Para este estudo podemos apontar como exemplo as notícias que são divulgadas nos meios de comunicação sobre determinado político ou ações de seu governo. O segundo tipo, que é o foco de interesse deste trabalho, a autora chama de performance. São aquelas informações difundidas em sites de redes sociais, sobre as quais temos controle e modificamos de acordo com nossas percepções. “Nos dois casos, a tecnologia tem um papel fundamental, pois mantém vivas as informações, tornando-as acessíveis e buscáveis” (RECUERO, 2010, online). A consequência, aponta Recuero, é

que as pessoas criem formas diferentes de performance, para lidar com a redução da privacidade.

Publicações e performances tendem a impactar de forma diferente as noções de privacidade dos indivíduos. E tendem, também, a gerar práticas sociais e apropriações diferentes, que merecem ser investigadas. A pesquisadora Maria Helena Weber também compreende que em tempos de liquidez de conceitos e vivências (na trilha de Baumann) os poderes abrigados nas democracias são apresentados cada vez mais no modo performático e sustentados na fragilidade dos discursos, como também os limites e a confluência entre o público e o privado.

A consistência dos valores da civilização e o interesse público também aparecem simplificados e facilmente dispensáveis na medida em que as instituições públicas tendem a ocupar um lugar cada vez mais distanciado das vivências e dos apelos ininterruptos. Nesse processo de (des)constituição de valores que permitem explicar e viver no mundo de modo civilizado, está a onipresença das mídias, a estética do entretenimento e a lógica do consumo. Significa dizer: o impacto da aparência, longe da consistência inerente aos valores. Tudo pode ser simbolizado, simulado. Também a política. (WEBER, BALDISSERA, 2007)

Um terceiro tipo de valor presente nas redes sociais é a autoridade. A autoridade refere-se ao poder de influência de um nó na rede social. “Não é a simples posição do nó na rede, ou mesmo, a avaliação de sua centralidade. É uma medida da efetiva influência de um ator com relação à sua rede, juntamente com a percepção dos demais atores da reputação dele” (RECUERO, 2009, online). Autoridade, portanto, compreende também reputação, mas não se resume a ela. Autoridade é uma medida de influência, da qual se desprende a reputação.

Isso explica todo o esforço que alguns agentes políticos dedicam a sua presença na rede. Não é possível saber se a manutenção dessa presença é feita realmente de forma pessoal, ou se contam com uma equipe, mas o fato é que a popularidade, a reputação e autoridade dependem de uma permanente atualização. É um investimento constante e que só chega a seu efeito conforme o grau de interação e adesão conquistado. Na rede, o agente político quer se mostrar presente, necessário, próximo, íntimo. E nesse sentido, também é importante abordar os aspectos das formas de intimidade características da interação mediada. Para o autor John Thompson o desenvolvimento da mídia não somente enriquece e transforma o processo de

formação do self (eu), produz também um novo tipo de intimidade que não existia antes e que se diferencia das formas de intimidade da interação face a face, esta essencialmente recíproca, embora nem sempre estruturada de maneira simétrica. Não exigindo a partilha de um lugar comum, a intimidade mediada não recíproca é expandida no tempo e no espaço, é uma nova forma que distingue, por exemplo, a relação do fã e seu ídolo.

Pode ser divertida, precisamente porque é livre das obrigações recíprocas características da interação face a face. Mas pode se tornar também uma forma de dependência na qual indivíduos chegam a depender de outros cuja ausência ou inacessibilidade os tornam um objeto de veneração. (Thompson, pg. 182, 2009)

Essa forma de intimidade que explica a relação de fãs e seus ídolos pode ser aplicada na relação entre o cidadão e seus representantes políticos. Embora provavelmente a admiração incondicional não seja a principal característica da relação entre eleitor e autoridades políticas, a proximidade do poder, a expressão popular, a exposição na mídia, são fatores que seduzem, que alimentam a curiosidade e atraem a atenção. Sentir-se íntimo de quem está na esfera de decisão política é um fator altamente atraente. Ter a sensação de que conversa de igual para igual, recebe sua atenção, é digno de suas respostas, é uma condição eternamente reclamada pelo eleitor fora das campanhas políticas. É recorrente a queixa de que os políticos só lembram do povo, só ouvem suas demandas, quando precisam pedir votos. Via rede, o cidadão comum participa da rotina da autoridade política, compartilha seus gostos pessoais, percebe suas angústias, suas indignações, recebe em primeira mão notícias de suas decisões, obras e iniciativas e, o melhor, opina sobre tudo isso. Não é, na verdade, uma relação recíproca, que caminha nos dois sentidos, mas viabiliza uma aproximação antes inimaginável. O problema, é que em alguns casos esta autoridade se apresenta como um cidadão comum, fala em nome de sua consciência, é apenas uma pessoa a refletir suas interpretações sobre o mundo. Em outros, quem fala é a autoridade, é o detentor do cargo. Como é feita essa escolha, com base no que é mais oportuno para o agente político naquele momento? Afinal com quem os “seguidores” querem dialogar? O público separa a autoridade da pessoa, o cargo do cidadão? É correto se utilizar de um espaço pessoal para divulgar ações de um governo e ao mesmo tempo eximir-se de responsabilizações quando simplesmente se argumenta que a opinião foi dada pelo cidadão e não pelo político?

Há ainda um outro fator que explica o interesse dos “seguidores” em participar dessa relação não recíproca e à distância. É o que Thompson chama de mediação da experiência. Trata-se do fato de que a mídia disponibiliza ao indivíduo uma série de experiências que normalmente não estão disponíveis nos contextos práticos da vida. Ou seja, no dia-a-dia, o desenvolvimento da vida moderna reordenou algumas esferas de experiências e estas foram “seqüestradas” por sistemas especializados de conhecimento. No caso da política, acompanhar a rotina de um agente público, de uma autoridade é uma experiência mediada. Poucas pessoas teriam oportunidade de conviver nos bastidores políticos, de ter intimidade com a tomada de decisão política, com o cotidiano do poder. O que esses blogs de políticos oferecem é também a vivência de uma condição que provoca curiosidade e sedução. Ao compartilhar agendas, telefonemas, encontros com autoridades, detalhes de aprovação de projetos, o agente político permite uma experiência única e desejada por muitos. É alguém íntimo que conduz pelos corredores do poder, embora a distância seja real e assimetria da relação muito grande. A comunicação do poder nessa roupagem é uma novidade e provoca a reflexão sobre um aspecto cada vez mais relevante nas modernas democracias: a transparência. Nesse caso, vista como uma oportunidade de prestação pública de contas ou como estratégia de propaganda política e autopromoção?

#### **4. Comunicação pública, política ou pessoal**

A tentativa de buscar algumas respostas para essa indagação parte dos conceitos no campo da comunicação pública propostos por Pierre Zémor. Segundo o autor, a comunicação pública é “uma comunicação formal que diz respeito à troca e à partilha de informações de utilidade pública, assim como à manutenção do liame social cuja responsabilidade é incumbência das instituições públicas” (ZÉMOR, 1995). Para ele, a finalidade da comunicação pública não pode estar dissociada das finalidades das instituições públicas, que são informar, ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público, contribuir para assegurar a relação social e de acompanhar as mudanças comportamentais e de organização social. A comunicação pública responde a uma busca de significação, bem como a uma necessidade de relação. Espera-se da Comunicação Pública que sua prática contribua para alimentar o conhecimento cívico, facilitar a ação pública e garantir o debate público. Nesse sentido, se

poderia dizer que o tipo de comunicação praticada por agentes políticos em seus blogs pessoais cumpre esse objetivo porque oferece trocas simbólicas e investe numa relação de muita proximidade e interatividade. Fazendo uso das redes sociais, de forma bastante direta o governante possibilita a conversação civil e o debate, com repercussão em várias instâncias de opinião, quer seja na mídia, quer seja nas casas legislativas e no executivo. Contudo, o princípio do esclarecimento da informação, segundo Zémor, determina que a comunicação institucional e a comunicação política devem ser separadas. O incremento de tal fronteira é dificultado por pelo menos dois grandes obstáculos: a gestão tecnocrática e o desvio político. Diz o autor:

O “político” tem legitimidade para gerir o serviço público, mas é preciso que as preocupações pessoais e partidárias, geralmente ligadas à conquista do poder ou à modificação das regras do exercício do poder, não interfiram sobre a condução institucional e cotidiana do serviço público, onde as regras fixadas necessitam ter uma certa estabilidade. (ZÉMOR, 1995).

Essas preocupações políticas e partidárias mencionadas por Zémor são a razão de ser dos blogs pessoais mantidos por autoridades. Questionados na legitimidade de misturar informação pública com conteúdo de cunho pessoal e partidário, esses agentes políticos têm a possibilidade de mudar o figurino e advogar para si o direito de se posicionarem como cidadãos, como pessoas com preferências ideológicas e militância partidária. O que ocorre é que para sustentar seus argumentos políticos, utilizam informações de realizações públicas de seus governos. Ou seja, uma situação indissociável. Não existe apenas o cidadão com opinião. Existe autoridade com responsabilidade pública que não pode se manifestar deixando de lado essa condição.

Mas as condições da comunicação pública não estão apenas na condução dos gestores. Ela baseia sua legitimação no receptor. Há toda uma complexidade na relação com o cidadão receptor, que não pode comportar-se como um mero consumidor. Ele é um interlocutor ambivalente, respeita e se submete à autoridade e ao mesmo tempo critica, protesta, reclama da falta de informações ou da comunicação incompleta. Ouvir o cidadão significa ter a capacidade para dar uma resposta não estereotipada, levar em consideração o conteúdo preciso do que ele está colocando. Entretanto, embora haja uma relação dialógica nas redes sociais entre cidadão e agente político, os contatos no blog a partir do espaço para

comentários via de regra não são uma expressão de um espaço de decisão, nem mesmo de debate para deliberação, até porque o cidadão ora fala para a pessoa, ora para a autoridade. E Zémor deixa claro, comunicar bem supõe primeiramente que o emissor deixe claro o seu papel.

Se for verdade que favorece a participação, a interação mediada é ainda uma ferramenta decisiva para a questão da accountability, fundamental para a qualificação da democracia moderna. A prestação pública de contas caracteriza governos mais responsivos às demandas sociais, obriga o governante a responder ao cidadão, refletir sobre as críticas recebidas, tomar e divulgar providências. Uma atividade que na prática nem sempre resulta num diálogo aberto entre a administração pública e seus públicos (MAIA, 2006, e-compos). Maia considera que mesmo quando o procedimento da accountability falha, a prática de trocar pontos de vista publicamente é importante para alcançar soluções corretas em circunstâncias de conflito, para expandir debates públicos e abrir caminho para a inovação institucional. A questão é que o processo de accountability é desencadeado entre os cidadãos e os ocupantes de posições públicas, entre e dentre classes hierárquicas de representantes oficiais, políticos eleitos e os representantes de instituições burocráticas. Mas e quando apesar de se tratar de uma dessas categorias o agente político não nega o cargo mas se apresenta no espaço online não de forma institucional, mas como simples cidadão, embora em boa parte dos momentos assuma seu cargo e sua autoridade? Pode alguém que ocupa um espaço como cidadão utilizar-se das prerrogativas de autoridade ou representante público? Com seriam delimitados esses papéis e essas responsabilidades?

## **5. Os exemplos da Ubiquidade**

Parte considerável da disputa política foi convertida em luta pela imposição da imagem pública dos atores políticos, bem como em competição pela produção da percepção pública dos interesses e das pretensões que se apresentam na cena política (GOMES, 2004, pg. 239). Não é novidade, portanto, esta recente disputa simbólica via Internet, que em muitos casos quer a atenção direta do cidadão conectado, mas também busca a esfera de visibilidade, o agendamento dos meios de referência, a repercussão nos meios de comunicação de massa, do jornalismo especializado em colunas impressas e no noticiário televisivo. Reconhecendo que a política se encena e que, como destaca Gomes, sobretudo no Brasil, não cause estranheza que o universo político se apresente na cena pública mediante uma série de

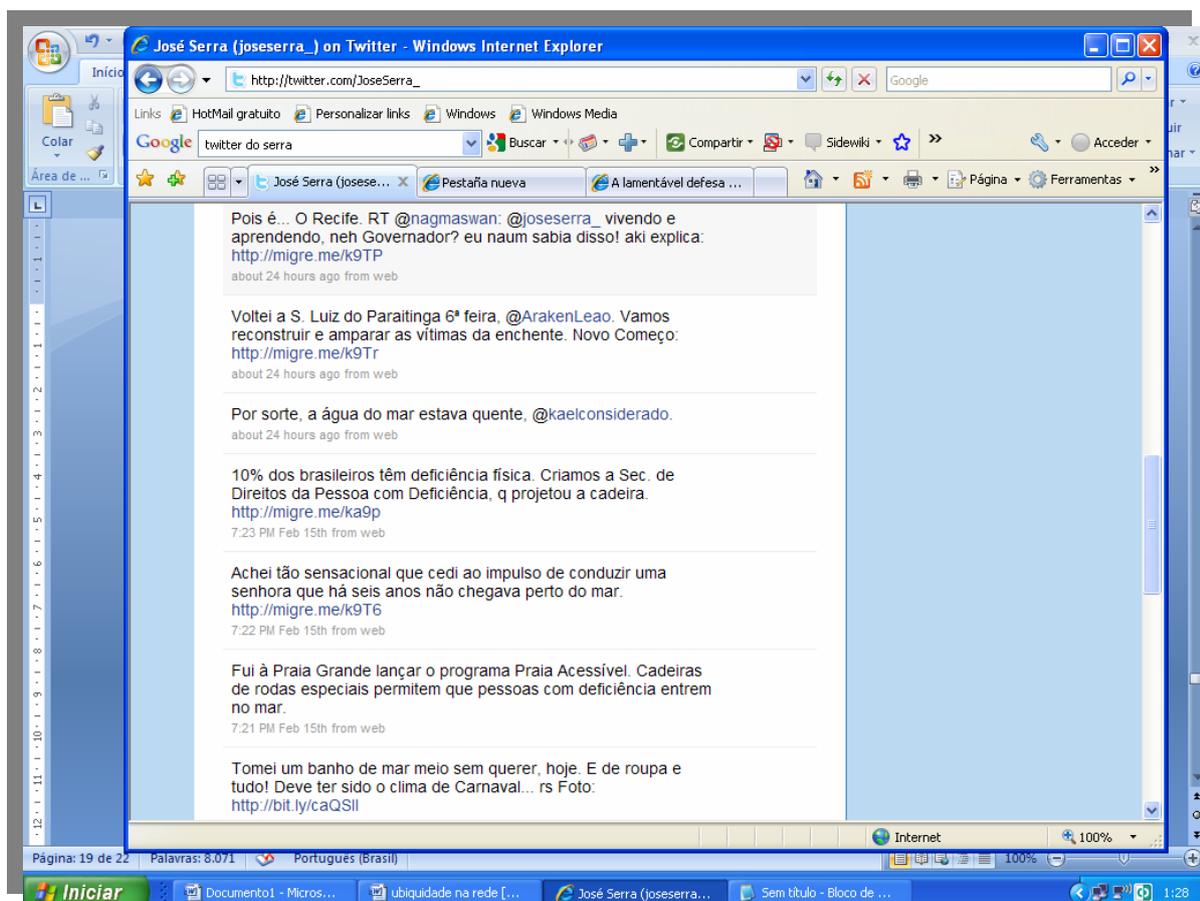
enredos, o que houve de comum desde a restauração democrática no país, foi que até agora todas as encenações foram constituídas pela comunicação de massa, especialmente a televisão. Neste cenário da interação mediada pela Internet, os atores políticos precisam encontrar novas formas simbólicas. Representar a eles mesmos, na condição de pessoas comuns em boa parte do tempo e/ou do espaço, parece ser uma estratégia que se repete. Monitorados durante três meses os blogs dos governadores do Rio Grande do Sul e de São Paulo apresentam repetidamente o mesmo tipo de linguagem e, sobretudo, posicionamento: quem fala é o cidadão que também exerce um cargo público. Alguns exemplos foram selecionados para ilustrar essa condição.

Abaixo (FIG 1) está o Twitter do governador de São Paulo pelo PSDB, José Serra. Ou melhor, está simplesmente o blog do Serra. Afinal é assim que ele se apresenta, como cidadão que entre outras funções governa o mais poderoso estado brasileiro. E as postagens dizem respeito a situações de seu cotidiano, dicas culturais, incluindo muita música e filmes, e também, é claro, iniciativas de seu governo.

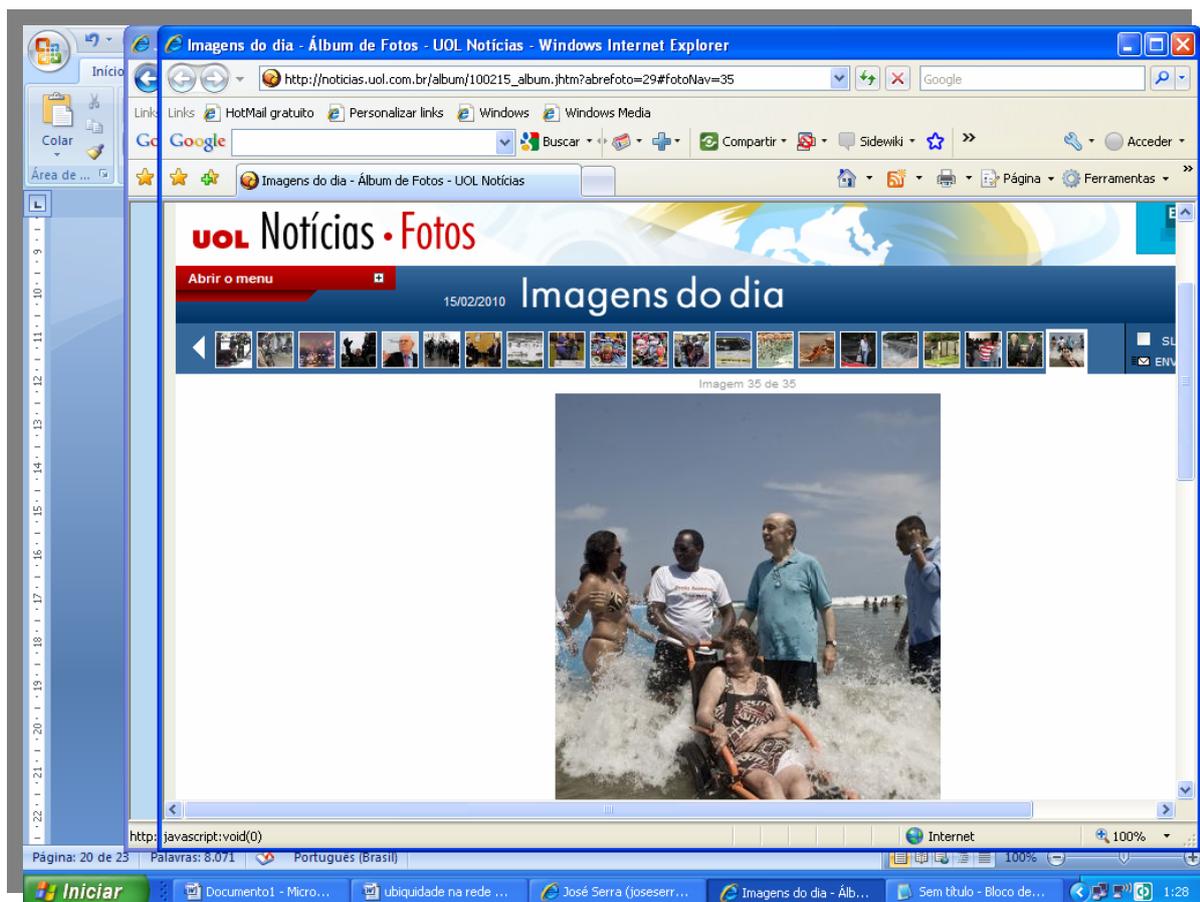


Figura 1 Twitter de José Serra

Esta ferramenta depois de uma empolgação inicial vem perdendo usuários, mesmo no Brasil onde apresentou um crescimento vertiginoso. Contudo, apesar de ter reduzido o número de usuários do ano passado para cá segundo dados do Ibope/Nielsen, os que se mantiveram estão mais engajados e o Twitter é o segundo colocado nas redes sociais no Brasil, mas mais do que interesse na conversação é usado para a busca e a reverberação de informações. José Serra utiliza essa lógica para repercutir informações de seu governo para um público formador de opinião e ainda com a possibilidade de repercutir o que sai na mídia a seu respeito e ao contrário, pautar os meios de referência com o que ele publica no Twitter. Nas figuras 2 e 3 aparecem postagens de fevereiro deste ano onde ele fala do carnaval, da praia e de sua visita a São Luiz do Paraitinga, um dos municípios mais atingidos pelas enchentes que abalaram o estado desde o final de 2009. Serra ainda fala de uma iniciativa de sua gestão, a Secretaria de Direitos da Pessoa com Deficiência e disponibiliza sua foto publicada num portal de notícias mostrando a inauguração de um dos projetos que leva deficientes para o banho de mar.



**Figura 2** Twitter de José Serra  
([http://twitter.com/JoseSerra\\_](http://twitter.com/JoseSerra_))



**Figura 3** Twitter de José Serra

O <sup>4</sup>blog da governadora do Rio Grande do Sul, Yeda Crusius, também do PSDB, simplesmente se apresenta como Blog da Yeda (FIG 4 e 5). No perfil a governadora explica que o espaço é para que se apresente como pessoa e como pessoa pública:

Eu sou Yeda, sou brasileira, nasci em São Paulo, ao final da segunda guerra, de típica família de classe média trabalhadora, descendente de avós imigrantes italianos e portugueses. (...) Economista, professora, comunicadora (desde momento ao vivo na TV Tupi...), amante de esporte e música, leitora voraz, me tornei política/partidária com o nascimento do PSDB, quando o partido – parlamentarista – nasceu durante a constituinte de 1988. Fui deputada federal, ministra, e hoje muito honrosamente sou governadora eleita do Rio Grande. Neste setembro de 2009 quero começar a dedicar uma parte de meu tempo estreando enfim esta forma de comunicação por blog e Twitter, renovando minha relação como pessoa, e pessoa pública, com o mundo aberto da rede. (<http://www.blogdayeda.com>)

<sup>4</sup> (<http://www.blogdayeda.com>)



Figura 4 BLOG DA YEDA HOME



Figura 5 BLOG DA YEDA PERFIL

A exemplo do governador de São Paulo, a governadora gaúcha também exhibe fotos. Algumas de suas atividades como titular do executivo, outras familiares, como na figura 6.



**Figura 6 BLOG DA YEDA FOTOS**

Essa dualidade entre pessoa e pessoa pública é explorada por Yeda repetidamente no blog. Numa das postagens em que critica uma jornalista da Folha de São Paulo por matéria a respeito da corrupção no governo, Yeda propõe a discussão sobre o desconhecimento da pessoa Yeda e assina como governadora. Dois trechos revelam especialmente essa conduta

Não conheço Renata, a pessoa. Conheço a jornalista Renata Lo Prete que, como profissional, deve saber escrever. Deve saber o que é Análise de Discurso. A jornalista não me conhece como pessoa, “a Yeda”, e sim a Governadora Yeda Crusius – ou a deputada, ou a economista, ou em alguma outra função pública dentre as tantas que já exerci ao longo da minha já longa vida.(...) No mais, aceitando todas as críticas à Governadora, que se propõe à avaliação diária como é da minha ética (sim, pessoas de pouca fé, ela existe e me guia), a pessoa Yeda sente muito pela coluna. Os leitores e os eleitores merecem mais respeito. Yeda Rorato Crusius-Governadora do Rio Grande do Sul (<http://www.blogdayeda.com>)

Se nessa nota Yeda assina como governadora, embora reclame que a “pessoa” Yeda é quem está ofendida com as acusações, num outro episódio ao ser cobrada pela opinião na condição de autoridade, Yeda disse que falava apenas como cidadã, respondendo à pergunta de um visitante de seu blog, em 3 de novembro de 2009. Supostamente questionada sobre sua posição relativa à pensão vitalícia para governadores, Yeda respondeu que a pensão era uma garantia para que os familiares dos governantes e devem estar protegidos por pelo menos uma geração. E disse mais, chegou a defender a contratação de parentes, argumentando que considera a proibição do nepotismo “uma restrição radical”, um “castigo familiar”. As polêmicas considerações repercutiram na imprensa, causaram mal estar na base do governo, mas Yeda simplesmente argumentou que expressou uma opinião particular, que não estava representando seu governo ou partido.

Ou seja, nesse enredo, Yeda vestiu a máscara menos comprometedora.

## **6. Considerações finais**

Este artigo buscou compreender em que linhas podem ser analisadas as novas formas de comunicação empreendidas por sujeitos políticos a frente de cargos públicos e que se apóiam em blogs pessoais nas redes sociais para ocupar um espaço de visibilidade que comporta diferentes interpretações. Dois blogs de dois governadores foram monitorados para mostrar como as autoridades utilizam diferentes vozes para se manifestar diante do público. Falam da vida e falam do governo, tratam de política e de questões amenas, apresentam obras e a própria família. Essa ubiquidade se faz possível na internet porque a rede permite diversas apropriações do espaço e das ferramentas perante os diferentes grupos aos quais os usuários pertencem. Com base na interconexão e interatividade, conceitos revistos aqui, a rede oferece uma arena conversacional inovadora, com baixo custo para a participação e, como mostram os dados, com um índice de conectividade cada vez mais significativo. Um ambiente, portanto, promissor para quem como os postulantes a cargos públicos, desejam e precisam investir na construção de uma boa imagem, boa reputação e no incremento da popularidade, valores não só presentes, mas otimizados na Internet. Embora falem em termos pessoais, esses sujeitos políticos se remetem a todo instante à sua condição de autoridade. Utilizam o espaço para responder, debater e defender ações de seus governos. Ainda que também

utilizem alguns preceitos da comunicação pública ao oferecer informações de interesse público, divulgar campanhas cívicas e chamar para o debate, a dualidade em que se posicionam, o interesse político e pessoal manifesto na forma e no conteúdo da informação publicada, afasta essa prática de uma legítima comunicação pública, ou até mesmo governamental. Na medida em que assumem diferentes papéis e estão presentes ao mesmo tempo em distintos espaços, esses sujeitos políticos não reúnem de forma institucional as responsabilidades e identidades concernentes ao processo público de gestão. Se a política é de fato um grande palco para encenação de diversos enredos, pela primeira vez o público pode acompanhar a representação de vários papéis em tempo real..Oportunismo ou dinamismo? Retrocesso ou inovação? Qual a possibilidade de credibilidade conquistada nesse esforço de representação? Esse espetáculo está apenas começando e, como nunca, o público teve um papel determinante para o desenrolar da história.

## 6. Referências

CASTELLS, Manuel. A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro:Jorge Zahar, 2003.

CEPIK, Marco, EISENBERG, José, organizadores, Internet e Política- Teoria e Prática da Democracia Eletrônica-Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

CHAIA, Vera e BRAGA, Sérgio- Dossiê Internet e Política- Revista de Sociologia e Política, vol. 17, nº 34, Curitiba, 2009.

GATES, Bill. A Hora da Colheita. Revista Veja Tecnologia. Edição n 2022. Editora Abril, Agosto de 2007.p.71

GOFFMAN, Erving. A representação do Eu na Vida Cotidiana. Petrópolis:Vozes, 1985.

GOMES, Wilson- Transformações da política na era da Comunicação de massa- São Paulo:Paulus, 2004.

MAIA, Rousiley C. M. - Redes Cívicas e Internet. Do ambiente informativo denso às condições de deliberação pública- pg. 46-72. Internet e Política- Teoria e Prática da Democracia Eletrônica- Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

MAIA, Rousiley C. M.- Mídia e diferentes dimensões da Accountability. E-compós- Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação-Dezembro de 2006-2/27

MATTELART, Armand, 2002, *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.

PRIMO, Alex- Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador.404NotFound,n 45,2005.

RECUERO, Raquel, *Redes sociais na internet*, Porto Alegre:Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_Redes sociais online e redes sociais offline disponível em [http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/redes\\_sociais\\_online\\_x\\_redes\\_sociais\\_offline.html](http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/redes_sociais_online_x_redes_sociais_offline.html). Acesso em fevereiro de 2010.

RIFKIN, Jeremy– *A Era do Acesso*. São Paulo: Pearson Education do Brasil.2001

SANTAELLA, Lucia- *Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade*, São Paulo, Paulus, 2007

THOMPSON, John B.- *A mídia e a Modernidade, Uma teoria social da mídia*. RJ:Vozes, 2009.

WEBER, Maria Helena e BALDISSERA, Rudimar, *O desmanche do público e do privado na midiaticização da crise aérea brasileira, II Congresso da Compolítica*, Belo Horizonte, 2007.

WOLTON, Dominique- *Internet, e depois?Uma teoria crítica das novas mídias-Coleção Cibercultura*, Editora Sulina, 2007.

ZÉMOR, Pierre, *La Communication Publique*, PUF, Col. Que Sais-je? Paris, 1995- Tradução Prof Elizabeth Brandão.