

Redes Sociais Virtuais e a Democracia 2.0: Dinâmicas e Perspectivas Políticas na Relação entre Políticos e Sociedade

Wellington Tavares¹

Guilherme Cássio Almeida²

RESUMO

O presente ensaio teórico aborda as vantagens disponíveis nas redes sociais virtuais, dentro do ambiente da web 2.0, no estabelecimento do que se tem convencionado denominar de democracia 2.0, na relação entre sociedade e Políticos 2.0. Pontua-se a importância dos softwares sociais, seu desenvolvimento e características que permitem relações e a troca de informações, bem como a importância do marketing político, o uso das redes como palanques virtuais e os impactos positivos, tais como redução de custos de campanha e facilidade de interação com o eleitorado. O estudo se propôs a analisar a utilização das redes sociais virtuais por políticos como espaço de relacionamento, comunicação e de publicidade política no contexto que os envolve com a sociedade civil. Além disso, buscou discutir os atuais impactos e as perspectivas destas redes para a democracia. Como resultado, o estudo permitiu compreender que o 'boom' da democracia atual tem sido, em partes, possibilitado pela interatividade e dinamismo na relação e comunicação entre os políticos e a sociedade, denominando tais políticos que utilizam os espaços virtuais como Políticos 2.0. Por fim, este estudo explora a discussão da sociabilidade e da política virtual em um novo e dinâmico processo democrático.

Palavras-chave: Redes Sociais Virtuais. Comunicação. Político 2.0. Democracia 2.0.

ABSTRACT

This theoretical paper discusses the advantages available in the virtual social networks in the web 2.0 environment, the establishment of what has been called Democracy 2.0, in the relationship between society and politicians 2.0. It points the importance of social softwares, its development and characteristics that allow relationships and information exchange as well as the importance of political marketing, the use of networks as virtual hustings and positive impacts, such as reduced costs of campaign and ease interaction with the electorate. The study aimed to analyze the use of virtual social networks as a space for political relationship, communication and advertising policy in the context that involves them with civil society. Moreover, aimed discuss current impacts and prospects of these networks for democracy. As a result, the study allowed to understand that the 'boom' of the current democracy has been, in part, enabled by the interactivity and dynamism in the relationship and communication between politicians and society, naming such politicians who use the virtual spaces as politicians 2.0. Finally, this study explores the discussion of virtual sociability and politics in a new and dynamic democratic process.

Keywords: Virtual Social Networks. Communication. Politician 2.0. Democracy 2.0.

1. Wellington Tavares é Professor Assistente na Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Doutorando em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Mestre em Administração pela Universidade Federal de Lavras (UFLA) e graduado em Administração pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ).
2. Guilherme Cássio Almeida é estudante de Administração Pública pela Universidade Federal de São João del-Rei(UFSJ), tem atuando na área de Gestão Pública com desenvolvimento de sistemas Web de controle e Transparência Pública pela empresa SH3 Informática LTDA. E-mail para contato: guilhermekassio@gmail.com

1. Introdução

As redes sociais virtuais têm se apresentado atualmente como ferramentas e espaço para realização de várias ações pessoais e organizacionais, de interesses individuais ou coletivos. Entre as utilidades, ressalta-se a importância destas redes para ações de políticos, como, por exemplo, na realização de propagandas em que os candidatos as utilizam na divulgação e discussão de ideias e programas de governo em campanhas políticas em períodos eleitorais, visando manter seus eleitores informados e conquistar novos, especialmente devido ao fácil acesso para transmitir informações e seu baixo custo. Além disso, o uso destas redes e de suas ferramentas informacionais e comunicacionais se mostra útil para manter o contato com a sociedade (eleitores ou não) e apresentar ações realizadas nos mandatos políticos.

A internet, e especialmente as redes sociais virtuais, começaram a ser exploradas de forma acentuada nas eleições após as campanhas presidenciais dos Estados Unidos da América (EUA), em 2008, na qual as redes sociais tiveram papel importante na vitória do partido de Barack Obama (VALENTINI, 2012; RECUERO, 2009). Durante essa campanha, protagonizou-se um dos maiores índices de comparecimento de todos os tempos nas eleições americanas, o que em partes se deve ao crescimento dos acessos às informações por meio das redes.

Neste contexto, uma série de questionamentos surge devido ao desconhecimento de conceitos e da própria dinâmica das redes sociais virtuais, entre os quais pode se destacar as seguintes questões de pesquisa: Como tem se dado a apropriação das redes sociais virtuais por políticos como espaço de relacionamento com a sociedade civil e de comunicação e publicidade de seus atos? De que forma as redes sociais podem contribuir no auxílio da sociedade civil no acompanhamento da gestão dos atos de governantes? Qual o impacto e as perspectivas das novas dinâmicas comunicacionais das redes sociais virtuais na democracia contemporânea?

Para responder a estas e outras questões similares ou complementares, este ensaio teórico se propõe a alcançar o seguinte objetivo geral: analisar as redes sociais virtuais como espaço de relacionamento, comunicação e de publicidade política no contexto que envolve sociedade civil e políticos, bem como os atuais impactos e as perspectivas destas redes para a democracia. Com vistas a alcançar este designo, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos que norteiam este estudo: a) caracterizar as redes sociais virtuais e suas contribuições na difusão de informações; b) identificar e analisar as formas pelas quais os políticos se apropriam das redes sociais virtuais para difundir suas informações e criar espaços para se relacionar com a sociedade civil; c) discutir a importância que as redes sociais virtuais apresentam atualmente nas relações entre políticos e sociedade civil por meio da internet, analisando impactos atuais e perspectivas.

A partir do problema de pesquisa levantado, bem como dos objetivos descritos acima, espera-se esclarecer a dinâmica comunicacional entre políticos e sociedade civil e como os políticos divulgam suas ações a partir das redes sociais virtuais. Outras discussões envolvendo as ações políticas e a organização destas naturalmente surgem no decorrer deste ensaio, tais como: o avanço da tecnologia da comunicação que possibilitou esse novo contexto relacional e comunicacional; a efetividade das redes como espaço para comunicação política; a confiabilidade das informações transmitidas; e as tendências de crescimento da utilização das redes sociais virtuais nos dois polos analisados: políticos e sociedade civil, ou representantes e representados.

A relevância do estudo deste tema recai sobre alguns aspectos, entre eles as redes sociais virtuais, a política, a defesa da crítica e a participação. Em relação às redes sociais, o ensaio se justifica em função do reduzido e incipiente número de trabalhos com enfoque na apropriação dos espaços e ferramentas destas redes nas relações políticas estabelecidas entre eleitorado e políticos, sendo que muitas informações e conceitos básicos ainda são vagos ou necessitam de uma reorganização. Em relação à política, este ensaio se justifica por abrir espaço para a discussão de novas ações, comportamentos e espaços que moldam a política na atualidade, marcadamente alterada pelos atuais posicionamentos dos políticos como também do eleitorado. Por último, o ensaio visa contribuir com a defesa de espaços públicos úteis para o surgimento e desenvolvimento de discussões políticas que levem a críticas e participação da sociedade como um todo na construção de uma democracia mais dinâmica e coerente com o tempo atual.

O presente ensaio se estrutura em cinco sessões. A primeira sessão foi a introdutória; a segunda sessão apresenta a fundamentação teórica, construída sobre dois eixos temáticos: redes sociais virtuais - com explanações sobre origem, conceitos e características, e; relacionamentos, comunicação e publicidade política - com enfoque na relação entre políticos e internet, na figura do político 2.0 e na democracia 2.0. Já na terceira sessão são apresentadas as principais discussões a que se chegou a partir da teoria estudada; e na quarta sessão as principais considerações sobre o ensaio como um todo. Por fim, na quinta sessão são apresentadas as referências utilizadas no estudo e elaboração deste trabalho.

2. Discussão Teórica

Esta sessão se concentra em criar bases teóricas para a discussão que se faz na próxima sessão. Para isso, são apresentados dois eixos temáticos nos tópicos seguintes. O primeiro deles se refere às redes sociais virtuais, as quais foram possíveis a partir do desenvolvimento da internet e da Comunicação Mediada por Computador (CMC), seguido do avanço da internet com a criação da Web 2.0 e dos softwares sociais. Já o segundo eixo se refere aos

relacionamentos, comunicação e publicidade política, sendo este estruturado sobre discussões acerca da relação dos políticos com a internet e do surgimento de conceitos sobre Político 2.0 e Democracia 2.0.

2.1 Redes Sociais Virtuais

O desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação e informação tem alterado sobremaneira os processos de comunicação, produção e distribuição de bens e serviços, passando a configurar novos contextos sociais, culturais e políticos (LÉVY, 2000; LEMOS e LÉVY, 2010). Rheingold (1996, p. 19) chama a atenção para a relevância assumida pela internet no contexto atual da sociedade e assumindo que o futuro dela “está ligado ao futuro da comunidade, da democracia, da educação, da ciência e da vida intelectual”.

Assim, a atualidade é marcada pela computação social, ou Web 2.0, que dá condições ao usuário de também criar e disponibilizar conteúdo na rede mundial de computadores, podendo ser um agente ativo no ciberespaço - que se constitui em um espaço virtual propiciado na internet, que difere dos espaços físicos reais por suas características distintas de tempo e espaço. Esta faceta da computação guarda estreita relação com o surgimento e fortalecimento da ciberdemocracia planetária, que se encontra em ‘gestação’. De acordo com definição de Lemos e Lévy

a computação social da Web 2.0 aporta uma modificação essencial no uso da web. Enquanto em sua primeira fase a web é predominantemente para leitura de informações, esta segunda fase cria possibilidades de escrita coletiva, de aprendizagem e de colaboração na e em rede (LEMOS e LÉVY, 2010, p. 52).

A partir daí, depreende-se que a importância da computação social está atrelada às novas formas de participação do ‘povo’ na esfera pública, como por exemplo, por meio da “pressão que ela exerce sobre as administrações estatais e sobre os governos para mais transparência, abertura e diálogo” (LEMOS e LÉVY, 2010, p. 52).

A partir do surgimento da Web 2.0, foi possível a criação de uma série de ferramentas comunicacionais e informacionais, em especial dos softwares sociais que deram origem às redes sociais virtuais, responsáveis pela criação e estabelecimento de um novo paradigma na internet ao permitir que os usuários participassem das discussões e trocas de conteúdo, de forma colaborativa e recíproca (SANTOS JÚNIOR e MANTOVANI, 2010). Desta forma, os softwares sociais se mostram como um dos principais componentes deste novo padrão da web que, diferente de uma página estática da Web, permite maior envolvimento dos usuários, interatividade e trocas de informações e conhecimentos (PATRICK e DOSTSIKA, 2007).

É importante pontuar que, o estudo das redes sociais, entretanto, não é novo. O estudo da sociedade a partir do conceito de rede representa um dos focos de mudança que permeia a ciência durante todo o século XX.

Durante todos os séculos anteriores, uma parte significativa dos cientistas preocupou-se em dissecar os fenômenos, estudando cada uma de suas partes detalhadamente, na tentativa de compreender o todo, paradigma frequentemente referenciado como analítico cartesiano. A partir do início do século passado, no entanto, começam a despontar estudos diferentes, que trazem o foco para o fenômeno como constituído das interações entre as partes (RECUERO, 2009, p. 17).

No caso específico das redes sociais virtuais, estas apresentam diversas possibilidades aos indivíduos, sendo que entre elas se destacam as condições de se criar um perfil público ou parcialmente público, acessar demais perfis de usuários, criar uma lista de amigos, participar ativamente ou apenas como meros expectadores das discussões, desenvolver conhecimentos e habilidades, bem como manter contatos com pessoas que já se conhecia fora do ciberespaço (HARRISON e THOMAS, 2009; SANTOS JÚNIOR e MANTOVANI, 2010).

Estas redes passaram a ser desenvolvidas por meio dos ciberespaços criados a partir das TICs e dos diversos recursos disponíveis, entre os quais destacam-se as listas de discussão, sistemas de boletins eletrônicos (BBSs), e-mails e seus grupos, chats e, em especial, os *softwares* sociais (MACHADO e TIJIBOY, 2005).

Na atualidade, os softwares sociais se propagaram pelo mundo, apresentando distintas configurações e objetivos, bem como foco em públicos distintos. Entre os mais populares em todo o mundo, destacam-se o *Facebook*, o *Twitter* e o *Youtube*. De acordo com Boyd e Ellison (2007), o histórico de desenvolvimento destes *softwares* apresenta a seguinte linha de surgimento: Em 1997, surge o precursor: *SixDegrees.com*. Após isto, em 1999 surgiram outros, a exemplo do *LiveJournal*, *AsianAvenue* e do *BlackPlanet*. Já em 2000, surgiu o *MiGente* e em 2001 *Cyworld* e *Ryze*. Em 2002 foram lançados o *Fotolog* e *Friendster* e em 2003 o *LinkedIn*, o *MySpace*, o *Tribe.net*, o *Last.FM* e o *Hi5*. Contudo, um dos mais populares até hoje, o *Orkut*, surgiu em 2004, mesmo ano do *Flickr* e *Piczo*. Em 2005 surgiu o *Yahoo! 360* e *YouTube*, enquanto o ano de 2006 se destaca por ser o ano de surgimento do *Windows Live Spaces*, *Twitter* e *Facebook*. A partir deste ano, outros vários softwares têm surgido, entre os quais se destacam o *Google+* em 2011 e o *Socl* em 2012, desenvolvidos respectivamente pela *Google* e pela *Microsoft* para fazer frente ao líder *Facebook*.

Tais redes podem ser compreendidas como comunidades individuais, a partir de relações personalizadas, nas quais os indivíduos elegem seus laços sociais por meio de análises e categorizações em função das personalidades demonstradas em seus perfis virtuais (RECUERO, 2004). Contudo, é a comunicação entre os membros de uma rede de usuários que exerce papel primordial para a manutenção e crescimento destas, sendo que sua possibilidade de crescimento ilimitado se sustenta com base nas condições de interação e trocas de informações.

Além disso, compreende-se que a dinâmica surgida neste tipo de interação é que permite utilizar-se das redes como fonte para efetuar transformações sociais (CASTELLS, 1999).

Os indivíduos buscam identificar-se com os demais usuários de uma rede virtual e, para isso, recorrem a uma maior exposição de suas habilidades e conhecimentos para serem reconhecidos e, conseqüentemente, integrados ao grupo. Além disso, deve haver um sentimento de respeito para com os demais usuários de uma rede, visto que regras de “etiquetas”, formais e informais, são criadas e informadas pelos participantes. Entre estas regras figuram principalmente as relacionadas aos comportamentos esperados de cada participante e informações acerca de como a interação deve ocorrer, sem hostilidades, ofensas e informações desqualificadas, como forma de disciplinar o comportamento do grupo (SILVA; GOEL e MOUSAVI-DIN, 2008).

Para Chua, Madej e Wellman (2011) grande parte das pessoas mantém um mapa mental de redes de relações, sejam de amigos ou inimigos, que parecem confirmar que o mundo gira em torno de si, ou conforme definição “the world revolves around ‘Me’”. É este tipo de formulação que permite considerar que as redes são redes egocêntricas. As redes pessoais podem ser consideradas como offline e online, sendo que estas últimas surgiram para incrementar a comunicação e reduzir a distância que limitava a interação entre os envolvidos não conectados (CHUA, MADEJ e WELLMAN, 2011).

Uma característica importante das redes virtuais é a capacidade que estas apresentam de permitir que as relações sociais sejam mantidas independentemente da distância geográfica entre os indivíduos. Para Wellman (2002), a manutenção dos laços sociais e o aumento das redes se tornaram possíveis a partir das transformações dos meios de transporte e de comunicação, visto que estes suprem a demanda das redes sociais por comunicação colaborativa e compartilhamento de informações.

Em relação ao uso destas redes por políticos, estas são úteis para “manter uma presença permanente junto ao público, simpaticante ou não daquela agremiação partidária” (QUEIROZ, 2005, p. 158 apud VALENTINI, 2012). A internet possui três características em relação à política. A primeira diz respeito à forma de comunicação interativa, que a diferencia de qualquer outro veículo de comunicação interativa: o cidadão pode interagir com políticos e/ou governantes sem que fique somente no papel de receptor ou espectador. A segunda se refere à facilidade de contato: o cidadão pode encontrar seu candidato ou uma personalidade política em qualquer lugar onde exista um computador conectado à internet. E a terceira aponta para a ligação direta entre cidadão e personalidade política: as informações chegam de um para o outro de forma direta, sem intermediação de jornalistas e de intérpretes. Outro fator referente ao espaço virtual é a territorialidade, pois a mesma “deixou de ser importante” (QUEI-

ROZ *et al*, 2005, p. 169 apud VALENTINI, 2012). Neste sentido, a informação e interação de forma mais adequada entre candidato e eleitor aumenta, uma vez que não há fronteiras no mundo virtual. O contato físico - apertos de mão, abraços e outros -, obviamente, não existe, sendo importante o desenvolvimento de outros fatores para a aproximação entre políticos e sociedade.

Conforme os estudos de Junqueira e Misoczky (2009) as pesquisas voltadas para as redes sociais vêm influenciando o comportamento de indivíduos e grupos. Por esta razão, estudar redes sociais é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço. É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais, em especial no aspecto político.

A abordagem de rede fornece ferramentas únicas para o estudo dos aspectos sociais do ciberespaço, como por exemplo, ao permitir estudar a criação das estruturas sociais. Além disso, possibilita compreender suas dinâmicas, tais como a criação de capital social e sua manutenção, a emergência da cooperação e da competição, bem como compreender as funções das estruturas e, mesmo, as diferenças entre os variados grupos e seu impacto nos indivíduos (RECUERO, 2009). Além de ser possível aos indivíduos compartilhar ideias e informações diversas, as redes sociais virtuais possibilitam que os usuários criem e ampliem seu capital social, já que o ciberespaço não apresenta tamanhas restrições de tempo e espaço como o espaço físico apresenta (COSTA, 2005).

O termo 'capital social' por vezes tem sido utilizado em estudos sobre redes sociais na internet como forma de explicar a capacidade relacional entre os indivíduos e seus laços. Nos estudos sobre redes sociais virtuais não é diferente, como pode ser encontrado no estudo de Recuero (2006) ao analisar a dinâmica de uma rede social virtual: o *Orkut*. Este tipo de capital é demonstrado como importante fator para a dinâmica de uma rede social e se mantém a partir das conexões estabelecidas e das formas como estes laços se desenvolvem e os usuários interagem. Neste sentido, a autora aponta que a dinâmica de uma rede social virtual se dá em função da busca por capital social e depende de três fatores principais: memes (fenômenos da internet, podendo ser figuras, vídeos, informações e/ou pessoas que se popularizam de maneira rápida devido à velocidade na propagação), competição e cooperação.

A competição faz parte do desafio de agregação de maior capital social para os usuários, sendo que esta se dá de diferentes formas, tais como: a) competição por visibilidade social, por meio de postagem de tópicos em fóruns e fotos, e; b) competição pelo status social ou reputação, que ocorre através do envio de convites para obter novos amigos ou participantes de grupos virtuais nos quais o indivíduo é moderador ou mesmo a partir da criação de mais de um perfil pessoal nas redes como forma de aumentar a popularidade. Já a cooperação se

mostra essencial para formar estruturas sociais, seja para formá-las ou simplesmente para mantê-las (RECUERO, 2006).

Apesar das considerações positivas acerca da CMC e o crescimento das redes sociais no ciberespaço, Rheingold (1996) aponta algumas possibilidades negativas destas, como, por exemplo, a perda de privacidade dos indivíduos, distorções da realidade e alienação da opinião pública. Este tipo de ocorrência se mostra cada vez mais preocupante visto as possibilidades de apropriação do discurso e sua comercialização por parte de interessados políticos em distorcer e massificar informações. Contudo, o controle das variáveis negativas pode ocorrer diante do desenvolvimento de normas de conduta e do modo como as pessoas utilizam as redes.

Outro ponto negativo é que a distância física das pessoas nas redes virtuais e a falta de interação face-a-face, às vezes podem não permitir que elas se motivem para prover assistência, informação e suporte de forma recíproca aos demais membros que formam a rede (WELLMAN e GULIA, 1999).

Entre os principais setores e contextos envolvidos neste tipo de rede estão a economia e negócios de diferentes naturezas, a educação e os sistemas de ensino, bem como os movimentos sociais e culturais, tais como a luta por questões ambientais, de grupos de minoria, direitos humanos, entre outros (MACHADO e TIJIBOY, 2005). Neste último contexto, o desenvolvimento das redes sociais virtuais é uma forma de se “fazer sociedade” e uma chave para a ciberdemocracia. O desenvolvimento dos grupos e a participação política pode dar origem, por exemplo, a casos conhecidos como cidades digitais e governos eletrônicos ou e-government (LE MOS e LÉVY, 2010), e até mesmo a possibilidade de voto pela internet (LÉVY, 2002). Contudo, o foco da discussão seguinte se dará na mais basilar das relações existentes em termos políticos em uma sociedade democrática: entre políticos e eleitores, representantes e representados políticos.

Portanto, a partir do entendimento de que as redes sociais virtuais propiciam o maior contato dos indivíduos em função de objetivos coletivos e participação cidadã nos assuntos políticos e de governo, na próxima seção o foco de discussão recai sobre os relacionamentos, a comunicação e a publicidade política observada na relação estabelecida entre eleitorado e políticos. Mais especificamente, no entendimento de um novo contexto político, marcadamente transformado pela Web 2.0.

2.2 Relacionamentos, comunicação e publicidade política

As ferramentas de comunicação disponibilizadas na internet e voltadas para as redes sociais virtuais têm-se configurado em uma das principais responsáveis pela criação e manutenção

dos relacionamentos pessoais e profissionais da atualidade. Além disso, estas ferramentas assumem também uma grande importância no desenvolvimento da democracia, pois o uso destes softwares virtuais possibilita um melhor diálogo de questionamento-resposta entre políticos e eleitorado/sociedade.

A seguir, serão abordados os seguintes eixos temáticos: Políticos e internet; Político 2.0, e; Democracia 2.0, sendo este último um importante alicerce para a democracia existente, caracterizando uma forma de governo do povo e para o povo. Este dinamismo somente é possível na Web 2.0 em virtude de em poucos click's ser possível aumentar a aproximação de pessoas e o compartilhamento de ideias e projetos entre o Estado - representado pelos políticos - e Sociedade civil, relação esta que se torna facilitada dentro do ciberespaço.

2.2.1 Políticos e Internet

A internet, a partir de softwares sociais, possibilita uma relação sem intermediários entre a sociedade e os políticos, bloqueando, de certo modo, as influências do âmbito econômico e, sobretudo, das indústrias do entretenimento, da cultura e da informação de massa, que nesse momento controlam o fluxo da informação política. Neste contexto, a internet e as redes sociais virtuais podem permitir que a sociedade civil não seja apenas consumidora de informação política, mas uma esfera permeada por cidadãos participativos (GOMES, 2005b).

Nesta perspectiva de redes sociais virtuais, Hernández (2012), em uma tradução livre, afirma que estas

[...] permitem estabelecer uma interação em tempo real com milhões de internautas ao redor do mundo, tudo isso mediante uma simples inscrição que em muitos casos não exige mais de 5 minutos frente ao computador e que, além disso, é totalmente gratuita (HÉRNÁNDEZ, 2012, p. 25).

As redes sociais virtuais apresentam-se como mecanismos favoráveis para o meio político, pois possibilita praticidade e fácil propagação das informações. Exponencialmente, os políticos buscam introduzir-se nessas redes virtuais ambicionando conquistar mais eleitores, seja através de exposições de ideias, de divulgações de vídeos e fotos ou de outras fontes informacionais, em especial, buscam interagir com os jovens, uma vez que antes eram considerados votos incertos e até mesmo perdidos. Evidenciando tal necessidade de interação com os jovens, La Torre e Dillon (2012), destacam que os jovens formam a maioria dos usuários destas redes sociais e é por meio delas que se pode acessar eleitores que não são facilmente impactados pelos meios tradicionais.

Ainda de acordo com os autores La Torre e Dillon (2012), os políticos mantêm um canal aberto com os eleitores, possibilitando um excepcional instrumento de participação social. Em uma livre tradução, os autores afirmam que uma rede social virtual

é um canal que, além de tudo, abre a possibilidade de estabelecer uma relação interativa entre os cidadãos e os políticos. Desta perspectiva, as novas tecnologias da comunicação podem ser um instrumento extraordinário de participação cidadã [...] Desta perspectiva, a virtualidade parece ser mais eficaz que a presença física do político na rua, recorrendo aos bairros. Além disso, é mais econômica (LA TORRE; DILLON, 2012, p. 86).

Diante dessa realidade, os políticos seduzidos pelas redes sociais virtuais, adentram estrategicamente no ciberespaço com vistas a alcançar vários benefícios, tais como: a divulgação de informações detalhadas sobre programas, biografias, alguns discursos importantes, e/ou busca de apoio e financiamentos de campanha. Rodrigues (2013) salienta que na prática é como produzir um jornal, sendo uma abordagem direcionada de comunicação, objetivando que os candidatos sejam mais conhecidos pelos eleitores. Neste contexto político e comunicacional, o eleitor toma sua decisão quando identifica o candidato que atenderá suas aspirações ou da coletividade a qual ele pertence, baseando-se nas informações adquiridas nas redes.

Há na atualidade uma irreversível quebra de paradigmas nas estratégias de campanhas políticas em comparação com o marketing político tradicional, seja através da utilização de blogs, vídeos do Youtube ou redes sociais (HERNÁNDEZ, 2012). Sendo assim, essas estratégias políticas nas redes sociais virtuais tornam-se grandes vitrines virtuais para o marketing político em várias partes do mundo, tal como, por exemplo, na Venezuela (HERNÁNDEZ, 2012) e na Argentina (LA TORRE e DILLON, 2012).

Para Gomes (2005b), esta relação entre políticos e internet tem sido impactada de forma positiva, uma vez que neste ambiente as vozes que não costumavam ser ouvidas ganham expressão e apoio dentro do ciberespaço, ao contrário de tempos remotos nos quais muitas vezes tais vozes eram marginalizadas por pertencerem a grupos afastados da participação política vigente e advindos de classes de baixa renda.

Portanto, o surgimento das redes sociais virtuais, permitiu multiplicar o eleitorado contido no ciberespaço, tornando esta parcela da sociedade bastante atrativa. Sendo assim, a internet funciona como um meio de interação entre políticos e sociedade, o qual é uma forma de incrementar o poder simbólico e material do público, seja como eleitor, seja também como sujeito repleto de convicções, posições e vontades a respeito das questões públicas (GOMES, 2005; ÁLVARES, 2011).

2.2.2 Político 2.0

As redes sociais virtuais possibilitam a interação entre os políticos e eleitores, reformulando o político convencional para o Político 2.0, sendo este dinâmico e interativo. Antes de se compreender o conceito de Político 2.0, é necessário compreender a Política 2.0, sendo esta definida, conforme Raminelli e Feltrin (2012), como uma nova formulação de atuação dos políticos com finalidade de compartilhar ações e vivências de forma a alcançarem os mais variados eleitores contidos nas redes. Pelos benefícios da ampla divulgação, capacidade de publicidade social gratuita e dinamicidade de contato, surgiram os 'Políticos 2.0', os quais utilizam a internet e as ferramentas de redes sociais virtuais como suas aliadas, desenvolvendo estrategicamente um novo jeito de fazer política. Em outras palavras, Maniscalco (2001) ressalta que o Político 2.0 é originado pela nova formulação da comunicação dinâmica facilitada pelas redes sociais virtuais na web 2.0 e busca a interação de maneira informal e mais direta junto ao eleitorado.

Nesse entendimento, o Político 2.0 não é apenas aquele que usa a internet para promover sua campanha, mas o que mantém contato com seu eleitor através das novas mídias, permitindo que ocorram trocas de informações, consultas e debates, de maneira direta, contextualizada, rápida e sem obstáculos burocráticos entre este e os eleitores (GOMES, 2005a; ÁLVARES, 2011).

Nas palavras de Castellanos et al (2011), em uma livre tradução, é possível se compreender que:

O conceito de política 2.0 se refere ao esforço que realizam os cidadãos que buscam participar na formulação, desenvolvimento e avaliação das políticas públicas mediante o uso da inteligência coletiva encarnada nas redes sociais que tem se formado para este propósito. Por outro lado, através da política 2.0, o eleitorado recorre à internet para organizar-se e participar massivamente nas campanhas políticas de seus candidatos [...] Na política 2.0 se faz um convite ao cidadão a participar, o que inclui habilitar tanto os canais para escutá-lo como a infraestrutura tecnológica que provenha do governo 2.0 a quem exerce ou exercerá o poder (CASTELLANOS et al, 2011, p. 79).

Neste sentido, talvez um dos aspectos mais interessantes deste novo contexto relacional político esteja no fato de que o político 2.0 deixa de fazer campanha eleitoral apenas em um período específico, para assumir a posição contínua de comunicador dinâmico de informações, persuadindo o cidadão contido no ciberespaço através de fotos, vídeos, textos e debates.

Fages-Ramió (2008) pontua que é possível se compreender esta dinâmica por dois lados. Em um deles, tomando por base os políticos e seus partidos, a Política 2.0 se define a partir das

ferramentas tecnológicas que lhe torna mais propensa a falar com os cidadãos e também ouvir suas opiniões. De outro lado, tomando por base os cidadãos, a Política 2.0 permite a estes se organizarem em rede através das ferramentas disponíveis e exercer influência nas decisões dos políticos e da elaboração e implementação de políticas públicas.

É importante destacar que o político 2.0 surge do dinamismo proporcionado pela Web 2.0, a qual, através do compartilhamento de informações e colaboração entre outros usuários da rede, cria um ambiente interativo e sempre atualizado. O primeiro político a utilizar a Web 2.0, que se tem conhecimento, foi Barack Obama, candidato a presidência dos Estados Unidos da América, o qual obteve vasto apoio no ano de 2008 e obteve uma grande exposição e contato direto com os eleitores. Além disso, arrecadou fundos para a própria campanha, chegando a dispensar o financiamento público, prática comum naquele país (RAMINELLI e FELTRIN, 2012; ÁLVARES, 2011; LA TORRE e DILLON, 2012).

Em outro exemplo, a interação do Político 2.0 com a sociedade civil tem impactado em grandes vitórias em Portugal. Por exemplo, o site do Partido Socialista (PS) possui uma estrutura muito semelhante com o que foi feito para a campanha de Barack Obama de 2008, utilizando várias ferramentas de inclusão em espaços interativos abertos à participação do eleitorado. Em seguida, o Partido Social Democrata (PSD), através da Política de Verdade, criou em seu site um módulo para que o cidadão pudesse registrar-se e receber por e-mail e SMS as informações sobre a campanha política dos candidatos, bem como a possibilidade de interagir com os políticos (RODRIGUES, 2009).

Assim sendo, Raminelli e Feltrin (2012) destacam que, com o surgimento das novas tecnologias e as modificações do perfil do cidadão, são exigidas cada vez mais interatividade e resposta imediata às suas demandas. Com este efeito, milhares de eleitores seguem os políticos 2.0 nas redes sociais virtuais, pois possibilita o ativismo e a participação e interação quase imediata dos questionamentos abordados no ciberespaço.

2.2.3 Democracia 2.0

Uma sociedade com acesso aos meios de comunicação estruturados na internet e geridos nas plataformas de redes sociais virtuais tende a assistir a um crescimento democrático no país, pois se pode abordar vários pontos de vista e aspectos da sociedade civil sem interferências ou censuras (FERRERES, 2009). A inexistência de intermediários que controlam o fluxo da informação política nas redes sociais virtuais, faz da Web 2.0 um mecanismo colaborativo que tem como base a redução ou eliminação dos estrangulamentos da democracia.

De acordo com Gomes (2005a), atualmente é possível se falar em uma democracia eletrônica. Nas palavras do autor

As expressões democracia eletrônica, ciberdemocracia, democracia digital, e-democracy referem-se em geral às possibilidades de extensão das oportunidades democráticas instauradas pela infraestrutura tecnológica das redes de computadores. [...] os serviços públicos através da rede (os serviços de Estado entregues em domicílio ou a cidadania delivery). No mesmo nível está a prestação de informação por parte do Estado, dos partidos ou dos representantes que integram os colegiados políticos formais (GOMES, 2005a, p. 218).

Em conformidade com Ospina e Acosta (2010), a democracia por intermédio da internet e as ferramentas da Web 2.0, como as redes sociais virtuais, revelam uma nova área para a política, sendo capaz de integrar dinamicamente sociedade e políticos.

Abordando o dinamismo na troca de informações, Canel (2006, p. 75) salienta, em uma livre tradução, que a internet

[...] gera espaços para trocas de opiniões com os votantes (chats, fóruns) e personaliza a relação com os eleitores, facilita a transparência informativa, ajuda a segmentação do eleitorado e um maior conhecimento das características do eleitorado, potencializa a comunicação horizontal, tem baixo custo, facilita a circulação não oficial, [...] (CANEL, 2006, p. 75).

A web 2.0 propicia maior participação do cidadão. Eis que é um dos poucos espaços em que os eleitores possuem para se expressarem livremente, surgindo assim novas formas de manifestações populares de repúdio ou aceitação de atos, projetos e decisões tomadas por políticos. O compartilhamento de áudios, fotografias, vídeos e textos sem custos entre os membros do ciberespaço possibilita desenvolver a democracia 2.0, que por sua vez possibilita a geração de debates e análises das ações dos políticos num ambiente virtual disponível 24 horas por dia, 7 dias da semana.

Neste contexto, Ortiz (2012, p. 125) informa que as redes possibilitam aos cidadãos terem voz e se fazerem parte desta a partir de uma mobilização autônoma, a qual permite alcançar objetivos coletivos e sociais, que se tornam reais a partir da virtualidade de suas relações.

As redes sociais virtuais contribuem para que ocorram democratizações, correspondendo a um espaço para novas vozes, oferecendo diversidade, enriquecendo mídias com novas visões e novas perspectivas, aumentando a qualidade e o fluxo de informações e a participação da sociedade (LA TORRE e DILLON, 2012). Para Harto de Vera (2006), o impacto proporcionado pela democracia 2.0 permite o fortalecimento da política em comunidade e um relacionamento estreito entre representantes e representados, tendo como foco as intenções dos eleitores através de *feedback*.

Sendo assim, as redes sociais virtuais têm impactado de forma positiva na democracia evoluindo a mesma para o que se tem denominado de versão 2.0, criando desafios e oportunidade de *upgrades*, pois possui maior participação da população. Conforme apontam D'Adamo, Beaudoux e Freidenberg (2007), a internet gera cenários democráticos distintos dos tradicionais, possibilitando o desenvolvimento de novos movimentos sociais e o surgimento de eleitores mais informados e participativos nas ações dos governos.

Realçando que, para o *upgrade* da democracia 2.0 é necessário que os políticos continuem interagindo constantemente no ciberespaço, uma vez que, possibilitam a troca dinâmica de informações em toda esfera civil.

3. Discussão

As redes sociais virtuais consolidam-se atualmente como um dos principais meios de comunicação e divulgação de ideias dentro do ciberespaço propiciado pela internet. Apresentando como os principais atrativos a interatividade e o dinamismo, estas redes têm tornado extremamente prática e indutiva a interação entre os participantes destas redes, colaborando com a exposição de opiniões e questionamentos, bem como com a formação de grupos de pessoas com objetivos semelhantes ou complementares. A partir dos *softwares* sociais desenvolvidos, nos quais as redes sociais se hospedam, fica evidenciado também o desenvolvimento conjunto de técnicas, conhecimentos e ferramentas de publicidade direcionadas para os usuários.

Ao adentrar neste espaço virtual, o usuário normalmente passa por uma etapa na qual cria o perfil em uma rede social virtual como, por exemplo, o *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*. Nesta fase insere informações específicas, tais como: nome, endereço, e-mail, profissão e área de atuação, interesses diversos, etc. Ao término do desenvolvimento, o perfil criado precisa ser divulgado para que os interessados possam encontrá-lo, seja um perfil de um usuário comum ou mesmo de perfis de organizações, políticos, celebridades, entre outros mais conhecidos e com tendência a ter maior número de seguidores. Isso pode ser feito de forma ativa, adicionando diretamente outros membros ou comprando anúncios publicitários, ou mesmo de forma passiva, aguardando que os usuários interessados ‘sigam’ ou ‘curtam’ um perfil para interagir com este e deste receber informações diversas.

Com base nesta dinâmica comunicacional e informacional que se desenvolve, observa-se a crescente apropriação destas redes pelos políticos, candidatos ou mandatários, como forma de criar um canal de comunicação e publicidade, seja esta com foco em campanhas políticas ou como uma forma contínua de apresentar as ações realizadas durante o mandato aos eleitores e demais interessados. O usuário político destas ferramentas tem sido denominado por *Político 2.0*, seja ele próprio o formulador e divulgador de conteúdo ou mesmo aquele que mantém responsáveis por sua publicidade para fazer tais inserções nas redes.

A atualidade tem sido marcada por uma nova política social, que perpassa fronteiras geográficas e incrementa a comunicação e interação de grupos sociais envolvidos e interessados em questões políticas. Em especial, tem permitido que se consolide a figura do *Político 2.0*, possível a partir do desenvolvimento da *Web 2.0* e, em especial, dos *softwares* sociais. Inde-

pendente da idade, partido e ideologia do político 2.0, este tem se apresentado de forma jovial e dinâmica, o que tem possibilitado solidificar campanhas e mandatos, além da obtenção de acesso a eleitores antes mais isolados, em especial os jovens. Esse público pode se mostrar como meros seguidores na atualidade, mas é potencialmente capaz de tornar-se um apoiador, divulgando matérias e informações do político 2.0 que decide seguir. Assim, a política passa a ter um caráter de maior proximidade, reinventando o “tapinha” nas costas e ampliando a divulgação da imagem e dos conteúdos da pessoa pública representada pelo político.

A ampliação do acesso a informações que até pouco tempo atrás na história era exclusiva dos governantes e/ou de mídias de massa, tem permitido o surgimento de uma democracia que se vale de distintos elementos tecnológicos, de informações e de comportamentos dinâmicos por parte de representantes e representados, o que pode se denominar de Democracia 2.0. Esta abrange ideias modernas e se passa na web 2.0, na qual as informações são criadas e compartilhadas pelos usuários inseridos no ciberespaço das redes sociais e de demais ferramentas informacionais e comunicacionais. Tais informações hoje se destacam pela liberdade de expressão das pessoas e se diferenciam por permitir um diferente contexto de compartilhamento de informações distinto das demais mídias de massa patrocinadas ou influenciadas por uma série de interessados políticos.

Este contexto atual, em que cada vez mais pessoas têm acessado a internet e suas redes sociais, quer seja através dos computadores, *tablets* ou *smartphones*, tem sido considerado por boa parte dos políticos como uma mina de votos e lugar estratégico para campanhas políticas, como palanques virtuais. A possibilidade de maior contato com a sociedade também é chamativa para os políticos quando se comparado o custo com demais mídias e materiais de divulgação. O custo de inserção e de campanhas nas redes sociais é relativamente baixo, reduzindo os gastos referentes à contratação de pessoas e à impressão de material, entre outros. Além disso, o próprio discurso de economia e de sustentabilidade pode agregar valores positivos para a campanha e para o político.

Para os usuários da sociedade em geral (eleitores ou não), este espaço de sociabilidade virtual tem se tornado uma boa alternativa para discutirem objetivos pretendidos e ações realizadas por parte dos políticos, já que as pessoas encontram-se mais livres para discutir assuntos políticos de forma aberta e, de certo modo, ‘sem censura’. Na relação com o político vê-se ainda outra vantagem em relação ao canal de comunicação possível com o político ou seus assessores, o que muitas vezes não existia ou havia de forma restrita. Pela rede social, em virtude do alcance e visibilidade das informações, o usuário pode realizar cobranças ou questionamentos, realizar solicitações de ações ou mesmo dar feedbacks positivos em relação a ações empreendidas pelos políticos. Esta última pode soar bem para o público, em especial

para eleitores indecisos em época de campanhas ou para eleitores que investigam as ações do político já eleito.

Desta forma, a escolha do candidato pelo eleitorado pode ser mais bem realizada com base nos dados apresentados dinamicamente nas redes sociais virtuais, visto que nelas o candidato pode apresentar seu perfil continuamente e não apenas em períodos eleitorais. O usuário pode saber em que projetos e ações se concentra o trabalho do político, e também obter o retorno aos questionamentos públicos, tornando-se possíveis propagadores de informações a partir das 'curtidas' e 'compartilhamento' de informações.

Desta forma, grande parte dos políticos da atualidade não tem negligenciado e não tem podido negligenciar o impacto das redes sociais virtuais para a sua imagem como pessoa pública, a exemplo das campanhas política de Barack Obama e de outros políticos ao redor do mundo, nas quais o auxílio de estratégias de marketing político nas redes sociais têm se consolidado. Nestas, já está clara a possibilidade de se criar campanhas massivas, através das publicações de artigos, fotos, figuras, vídeos e opiniões, o que permite que usuários simpatizantes auxiliem na difusão das informações do político e na sua popularização.

Os políticos que não adentrarem neste ambiente e não 'se tornarem 2.0', podem perder grandes oportunidades de se tornarem conhecidos e presentes nas vidas das pessoas. A interação entre o político e a sociedade deve ser trabalhada de forma inteligente e de fácil compreensão, não deixando dúvidas para os usuários, pois, na internet, as informações circulam de forma muito rápida e, uma vez que algo é divulgado, dificilmente consegue-se apagar seus registros. Sendo assim, repercussões negativas também podem surgir, podendo implicar na perda de diversos potenciais eleitores. Se antigamente a televisão, o rádio e jornais eram praticamente a única fonte geradora de informação sobre a política, hoje os usuários de redes sociais virtuais podem exprimir opiniões sobre qualquer político, positivas ou negativas. Este novo político 2.0 deve conduzir a 'conquista, captura e manutenção' dos novos eleitores de uma maneira bem estruturada, para conseguir tirar o máximo de proveito que as redes podem proporcionar.

4. Considerações finais

Conforme definido como objetivo, este estudo permitiu responder a algumas questões centrais e gerais sobre as redes sociais virtuais como espaço de relacionamento, comunicação e de publicidade política em um contexto virtual no qual se relacionam políticos e sociedade civil. Além disso, foi possível realizar discussões sobre os atuais impactos e sobre as perspectivas destas redes para a democracia na atualidade.

A partir da análise apresentada é possível concluir que o ‘boom’ da democracia atual tem sido, em partes, possibilitado pela interatividade e dinamismo na relação e comunicação entre os políticos e a sociedade, ambas proporcionadas por softwares sociais disponíveis na internet que possibilitam o surgimento e consolidação de redes sociais virtuais. Tem se tornando claro que tais interações criam um novo cenário no qual é possível diferenciar os políticos entre os que utilizam e os que não utilizam a internet e as mídias sociais em suas relações com eleitorado e sociedade em geral, sendo os usuários denominados de Políticos 2.0. Obviamente, este conceito se aplica aos políticos que utilizam ferramentas virtuais de comunicação e informação em geral, como, por exemplo, sites pessoais e blogs, e não apenas aos políticos que se utilizam de redes sociais virtuais. Contudo, o interesse específico desse estudo foi esclarecer a utilização dessas redes em virtude de seu crescimento e por serem espaços de grande inserção social virtual na atualidade e, em especial, pelas possibilidades de compartilhamento dinâmico de informações. Além disso, é possível observar a aproximação da utilização das redes sociais virtuais com a sociedade, como forma de compreender e acessar demandas sociais, o que pode dar base para a formulação de políticas públicas.

A dinâmica relacional apresentada permite que se discuta uma nova e dinâmica forma de se fazer democracia a partir da internet e dos softwares sociais disponíveis. A partir desses, torna-se possível reduzir distâncias e custos nas relações entre as pessoas, o que favorece a criação de novos ambientes para que os interessados em política discutam assuntos relacionados e os demais usuários acompanhem tais discussões, ainda que passivamente. Além disso, conforme foco dado neste estudo, a utilização destes espaços por políticos (candidatos ou atuantes em cargos públicos) favorece o contato e comunicação com a sociedade. É essa nova dinâmica relacional no ciberespaço que dá novos rumos para as discussões políticas, bem como para o acompanhamento de ações e para a participação da sociedade no cenário político, o que se pode diferenciar da tradicional democracia e chamar de Democracia 2.0.

É nesse sentido que, através desse estudo, foi possível esclarecer o conceito de Democracia 2.0 utilizado na política vigente, de forma clara e objetiva, contendo exemplos, impactos nas campanhas eleitorais e a consolidação das práticas virtuais utilizadas, em especial, na divulgação de informações sobre mandatos políticos e na abertura de espaços para que a sociedade acompanhe ações e possa também se expressar.

Como o intento desse estudo se baseou na realização de uma leitura inicial e geral sobre os assuntos relacionados à temática discutida, as informações contidas aqui estão limitadas a um determinado grupo de publicações e modelos, devido à quebra de paradigma das ações políticas tratadas e da própria literatura que apresenta restrições em relação ao assunto abordado. Apesar das limitações em termos teóricos, este estudo contribui teoricamente com o esclarecimento acerca de conceitos atuais relacionados à política 2.0 e às redes sociais virtu-

ais. Em termos empíricos, permite que se conheçam possibilidades de atuação virtual para políticos, gestores públicos e assessores políticos em geral.

Por fim, como forma de expandir a discussão a respeito das temáticas aqui discutidas, é possível sugerir que novos estudos e pesquisas enfoquem questões ainda não esclarecidas, tais como: o impacto da democracia 2.0 na sociedade; monitoramento do Político 2.0 e das ações realizadas; avaliação de desempenho da atuação virtual nas campanhas políticas, bem como na gestão; pesquisa sobre as ferramentas mais utilizadas nos softwares sociais, e; estratégias de marketing político no ciberespaço. Tais pesquisas podem permitir o aprofundamento do entendimento sobre os conceitos aqui explanados.

5. Referências

ÁLVARES, R. L. Política 2.0 no Youtube: jornalismo cidadão e a campanha online de Barack Obama. **XV Colóquio Internacional da Escola Latino-americana de Comunicação**, Celacom 2011, Araraquara, 2011.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v.13, n.1, 2007. p. 210-230. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>> Acesso em: 27 fev. 2012.

CASTELLANOS, R. M. G.; MARÍN, M. O.; MONTIEL, L. H. C. Tecnologías de la comunicación y política 2.0. **Espacios Públicos**, v.14, n.30, p.72-84, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHUA, V.; MADEJ, J.; WELLMAN, B. Personal communities: The world according to me. In: CARRINGTON, P.; SCOTT, J. (Eds.) **Handbook of Social Network Analysis**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2011. p. 101-115. Disponível em: <<http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/personal/Personal%20Communities%20-%20The%20World%20According%20to%20Me.pdf>> Acesso em: 28 fev. 2012.

COSTA, R. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, v.9, n.17, p.235-48, mar/ago 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/icse/v9n17/v9n17a03.pdf>> Acesso em: 19 jan. 2012.

D'ADAMO, O.; BEAUDOUX, V. G.; FRIEDENBERG, F. Internet, política y opinión pública. In: **Medios de comunicación y opinión pública**. Madrid: McGraw Hill, 2007, cap. 9, p.143-163.

FAGES-RAMIÓ, R. Actitud 2.0: la política más allá de los blogs. **Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC**, Barcelona, n.7, p.19-25, 2008.

FERRERES, J. M. R. Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. **Gazeta de Antropología**, v. 1, n.25, artículo 01, 2009. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10481/6843>. Acesso em: 02 abr 2013.

GOMES, W. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras**, v.7, n.3, p.214-221, set./dez. 2005a.

_____. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista Famecos**, v.1, n.27, Porto Alegre, p.58-76, 2005b.

HARRISON, R.; THOMAS, M. Identity in online communities: social networking sites and language learning. **International Journal of Emerging Technologies**, v.7, n.2, 2009. p.109-124.

HARTO DE VERA, F. Tipologías y modelos de democracia electrónica. **Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC**, Barcelona, p. 32-44, 2006.

HERNÁNDEZ, N. A. Incursión de un partido tradicional en el marketing político 2.0 a través de facebook y twitter: caso acción democrática. **Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social da Universidad Central de Venezuela Facultad de Humanidades Y Educación Escuela de Comunicación Social**, 2012.

JUNQUEIRA, L. A. P.; MISOCZKY, M. C. Redes sociais: apresentação. **RAP - Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 43, n.5, p.1003-1005, set./out., 2009.

LA TORRE, L.; DILLON, A. Los políticos, las redes sociales y el periodismo en Argentina. **Temas de Comunicación**. n. 24, Universidad Católica Andrés Bello, p.79-96, primer semestre 2012.

LEMONS, A.; LÉVY, P. **O Futuro da Internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Editora Paulus, 2010. 258p.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. 2.ed. São Paulo: Editora 34, 2000. 260p.

LÉVY, P. **Ciberdemocracia**. Trad. Alexandre Emílio. Lisboa: Instituto Piaget, 2002. 249p.

MACHADO, J. R.; TIJIBOY, A. V. Redes Sociais Virtuais: um espaço para efetivação da aprendizagem cooperativa. **Novas Tecnologias na Educação**. CINTED-UFRGS. Porto Alegre, v.3, n.1, mai., 2005. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/renote/article/view/13798/7994>> Acesso em: 25 jan. 2012.

MANISCALCO, C. **Política e Internet: il caso delle elezioni politiche del 2001 in Italia**. Università della Svizzera Italiana. Facoltà di Scienze della Comunicazione Lugano. 2001. Disponível em: <<http://www.bul.unisi.ch/cerca/bul/memorie/com/pdf/0001Maniscalco.pdf>> Acesso em: 04 abr 2013.

ORTIZ, K. Audiencias 2.0 Enredados virtuales, organizados reales. **Temas de Comunicación**, n. 24, Universidad Católica Andrés Bello, p. 121- 143, primer semestre 2012.

OSPINA, M. H. B.; ACOSTA L. A. C. El poder electrónico para la gente: un desafío para la democracia contemporánea. **Desafíos**, v. 22, n. 2, p. 241-274, Universidade del Rosario, Bogotá, 2010.

PATRICK, K.; DOTSIKA, F. Knowledge sharing: developing from within. *The Learning Organization*, v. 14, n. 5, p. 395-406, 2007.

RAMINELLI, F. P.; FELTRIN, L. P. Política 2.0: Uma Nova Política para novos eleitores. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, nº 6, p. 286-310, 2012.

RECUERO, Raquel. Webrings: **As Redes de Sociabilidade e os Weblogs**. **Revista Sessões do Imaginário**, da Famescos/PUCRS. Porto Alegre, v.11, p.19-27, 2004. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webrings.pdf>> Acesso em: 18 jan. 2012.

RECUERO, R. Dinâmicas de Redes Sociais no Orkut e Capital Social. **UNIREvista**. Universidade do Vale do Rio Sinos. São Leopoldo, v.1, n.3, jul. 2006. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_daCunha.PDF> Acesso em: 25 jan. 2012.

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

RHEINGOLD, H. **Comunidade virtual**. Trad. Helder Aranha. Lisboa: Gradiva, 1996.

RODRIGUES, R. Ciberpolítica: Comunicação Política 2.0 nas Eleições Legislativas de 2009. **Revista de Recensões de Comunicação e Cultura**, 2010. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/bocc-rodrigues-ciberpolitica.pdf>>. Acesso em: 30 mar 2013.

SANTOS JÚNIOR, D. L.; MANTOVANI, D. M. N. Comunicação nas redes sociais: um estudo com usuários das comunidades do Orkut. **Análise**. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, v.21, n.1, p.30-41, jan./jun., 2010. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/face/article/viewFile/8235/5905>> Acesso em: 17 jan. 2012.

SILVA, L.; GOEL, L.; MOUSADIVIN, E. Exploring the dynamics of blog communities: the case of MetaFilter. **Information Systems Journal**, v. 19, p. 55-81, 2008.

VALENTINI, L. D. A Importância das Redes Sociais como Ferramentas de Propaganda Política. **Portal da Educação**, out. 2012. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/comunicacao-social/artigos/20797/a-importancia-das-redes-sociais-como-ferramentas-de-propaganda-politica#ixzz2NiBBu2fg>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

WELLMAN, B. Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism. In TANABE, M., BESSELAAR, P. V. D.; ISHIDA, T. (Eds.) **Digital Cities II: Computational and Sociological Approaches**. Berlin: Springer-Verlag, 2002. p. 11-25. Disponível em: <<http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/littleboxes/littlebox.PDF>> Acesso em: 10 fev. 2012.

WELLMAN, B.; GULIA, M. Net surfers don't ride alone: virtual communities as communities. In: KOLLOCK, P.; SMITH, M. (Eds.) **Communities and Cyberspace**, New York: Rout-

ledge, 1999. Disponível em: <<http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/netsurfers/netsurfers.pdf>> Acesso em: 09 fev. 2012.