

## **Da rede à rua: a reação contra o Código Florestal nas redes sociais e a cobertura da mídia**

Ana Carrollina Campos Leitão<sup>1</sup>

### **Resumo**

Tendo como foco o Código Florestal e as manifestações contrárias nas redes sociais, o presente artigo tem como objetivo investigar de que forma a mídia tradicional tem coberto o tema. Por meio da análise de notícias veiculadas nos meios online de veículos de massa, observou-se que apesar de os protestos com origem nas redes sociais ganharem maior visibilidade a partir de ações no mundo “real”, tem sido cada vez mais comum o uso das redes sociais na rotina de apuração da imprensa brasileira.

### **Palavras-chave**

Código Florestal, redes social, esfera pública, comunicação

### **Abstract**

Focusing on the Forest Code and the protests against it on the social networks, this paper aims to investigate how traditional media has covered the topic. The analysis of online news published by mass media revealed that despite the protests from social networks gain greater visibility when promote actions in the "real world", the use of social networks in the routine of the Brazilian press has been increasingly common.

### **Keywords**

Forest Code, social networks, public sphere, communication

## 1. INTRODUÇÃO

Em tempos de revoluções no mundo árabe e movimentos de ocupação ao redor do mundo, a esfera pública<sup>2</sup> de Jürgen Habermas renasceu. Vê-se nas redes sociais<sup>3</sup> a oportunidade de furar o esquema de pasteurização da grande mídia, que pela própria rotina de produção e por outros diversos interesses, não abarca a pluralidade de vozes que disputam espaço na diária troca de informações da sociedade.

Nesse sentido, as redes sociais vêm se constituindo como um lugar em que a comunicação pode ser usada como fagulha para despertar um processo mais democrático de veiculação e consumo de informações. Entretanto, como os veículos de comunicação chamados tradicionais (TV, rádio, impresso) estão se posicionando em relação a isso? Com o papel social de intermediários entre cidadão e poderes instituídos, os jornalistas têm apurado de forma analógica ou digital? E qual a implicação gerada quando o que está em pauta é o interesse público, a pluralidade de opiniões, o direito à informação? É possível ignorar os movimentos da sociedade que surgem nas redes até que se materializem sob forma de protestos nas ruas, nos espaços físicos tradicionalmente ocupados?

Tais perguntas irão guiar o presente trabalho, que terá como foco a cobertura do Código Florestal a partir das iniciativas das redes sociais. Fruto de polêmica entre cientistas, governo, ambientalistas e ruralistas, o Código Florestal - ainda não votado pela Câmara dos Deputados após votação no Senado no final de 2011 - tem suscitado uma série de manifestações na internet, incluindo as redes sociais. Dessa forma, por meio da busca de matérias relacionadas ao tema publicadas nas versões online de veículos tradicionais. A pesquisa foi guiada basicamente pelas palavras-chave “Código Florestal e “redes sociais”, como poderá ser visto adiante.

Nesse sentido, pretende-se avaliar a repercussão da mobilização a partir das redes sociais na mídia, considerando a publicação nos sites/portais. Contudo, antes de tal análise, entende-se ser necessária uma breve contextualização do Código Florestal e do papel das redes sociais na rotina jornalística.

## 1.1 SOBRE O CÓDIGO FLORESTAL

O Código Florestal, lei federal, foi promulgado em 1965. Porém, na década de 90, começaram a tramitar os primeiros projetos para sua flexibilização. Em 2009, é instalada na Câmara dos Deputados Comissão Especial para dar parecer ao PL nº 1.876, de 1999, e a dez outros projetos correlatos, sob a presidência do deputado Moacir Micheletto (PMDB-PR) e relatoria do deputado Aldo Rebelo (PCdoB-SP). Já em março de 2011, o presidente da Câmara dos Deputados, deputado Marco Maia (PT-RS), atendendo solicitação da Frente Parlamentar Ambientalista, institui a Câmara de Negociação das Mudanças no Código Florestal, de forma a buscar consenso para levar o texto do PL ao plenário<sup>4</sup>.

No dia 24 de maio de 2011, a Câmara dos Deputados vota o novo Código Florestal sob fortes críticas de ambientalistas e sociedade civil, e contrariando o Poder Executivo na mudança de regras sobre as APPs (Áreas de Preservação Permanente)<sup>5</sup>. Em 6 de dezembro de 2011, o Senado aprova a nova proposta da lei que perdoa as multas do produtor rural que desmatou Áreas de Preservação Permanente (APP) até julho de 2008<sup>6</sup>. No momento, o próximo passo é projeto de lei ser votado novamente e de forma definitiva pela Câmara dos Deputados para finalmente ser sancionado ou vetado pela presidente da República Dilma Rousseff.

## 1.2 OS JORNALISTAS E O USO DAS REDES SOCIAIS

Estudo da Oriella PR Network, rede de agências de comunicação que atua em 20 países, revelou a relação dos jornalistas brasileiros com as redes sociais:

No Brasil, entretanto, as mídias sociais são mais utilizadas: o twitter, com 66,67%, é o meio preferido como fonte; o Facebook, com 58,33%, aparece em segundo lugar, muito perto dos blogs, com 57,14%. Já as agências de PR aparecem como fonte para 50% dos entrevistados (Oriella PR Network, 2011, p. 5).

Entretanto, a mesma pesquisa mostra que “no Brasil, a primeira fonte dos jornalistas são os press releases, com 32,14%. Os sites de outras publicações, com 16,67% aparecem em segundo lugar como primeira fonte. E em seguida vêm as entrevistas com porta-vozes, com 14,29% das respostas” (Oriella PR Network, 2011, p. 7).

Dessa forma, percebe-se que apesar de as redes sociais serem usadas como fontes, os press releases constituem a primeira fonte dos jornalistas. Nesse sentido, vale destacar que tais produtos de agências de comunicação ou departamentos de assessoria de imprensa são esforços direcionados à imprensa, atuando de forma a estabelecer uma relação direta com os jornalistas. Assim, são parte do processo de pauta e apuração, e não sua totalidade. O que se faz necessário destacar é como têm sido buscadas as pautas que fogem ao circuito redação-assessoria de imprensa. Como está o faro para questões, movimentos, articulações que surgem na e da sociedade civil? Nesse sentido, as redes sociais são entendidas como esfera pública que merece total atenção dos jornalistas, sem dispensar a apuração e checagem de informações, processo comum a qualquer rotina jornalística.

## **2. Redes sociais como “esfera pública”**

A “esfera pública” de Habermas permite que “sujeitos em princípio livres se reúnam para discutir e deliberar sobre interesses comuns” (Hohlfeldt, Martino & França, 2001, p. 140). Entretanto, inserido no debate da segunda fase da Escola de Frankfurt, Habermas analisa que tal esfera pública foi colonizada pelo consumismo e pela “propaganda manipuladora dos partidos políticos e estados pós-liberais, como no caso do nazifacismo, mas, também, dos regimes democráticos de massas (Estados Unidos)” (HOHLFELDT, MARTINO & FRANÇA, 2001, p. 141).

Contudo, tal realidade dizia respeito a um momento em que os meios de comunicação de massa se relacionavam com a audiência em uma via de mão única. Hoje, com a Web 2.0<sup>7</sup> e a emergência das redes sociais, fica claro que tais veículos tradicionais estão tendo que se adaptar a um novo contexto no qual já não são a única fonte de informação do público<sup>8</sup>.

Nesse sentido, Juçara Gorski Brittes<sup>9</sup> defende a revitalização da esfera pública habermasiana pela comunicação no ciberespaço. Para ela, no modo de comunicação ciberespacial não existem os tradicionais meios de comunicação de massa, mas Plataformas Comunicativas Multimidiáticas Ciberespaciais. Elas abrangem mais que veículos de comunicação, mas espaços complexos de troca de opiniões, com habilidades tanto para o convívio entre os usuários quanto para o surgimento de formatos inéditos de jornalismo (Brittes, 2007, p. 2).

A autora defende que “pelo modo de comunicação ciberespacial os atores da sociedade civil desfrutam de maior equidade no processo informativo, o que aumenta a possibilidade de construir opiniões públicas com maior liberdade” (Brittes, 2007, p. 12). Dessa forma, apesar de as redes sociais não terem sido citadas explicitamente à época do artigo – até porque sua efervescência se daria anos depois – pode-se depreender que este ambiente proporciona a expressão da pluralidade de opiniões e visões críticas.

É pela apropriação das Plataformas Comunicativas Multimidiáticas Ciberespaciais que a sociedade civil vai encontrando brechas para desenvolver uma filosofia de uso aberta e colaborativa (open source) e anulando os fatores de desequilíbrio que caracterizam os meios de comunicação de massa, estes moldados por um sistema privado, comercial (BRITTES, 2007, p. 12).

Outro aspecto que reforça o renascimento desta esfera pública é o caráter relacional das interações nas redes sociais. Estes canais são basicamente de relacionamentos e expressão das opiniões dos cidadãos, compondo a chamada opinião pública, em sua definição mais generalista. Sobre essas relações, Alex Primo nos diz:

Como se vê, uma rede social online não se forma pela simples conexão de terminais. Trata-se de um processo emergente que mantém sua existência através de interações entre os envolvidos. Esta proposta, porém, focar-se-á não nos participantes individuais, e sim no “entre” (interação = ação entre) (PRIMO, 2007, p. 5).

Raquel Recuero (2009, p.38) também ressalta essa ideia ao explicar a criação de laços sociais por associação - que independem da interação face a face, tendo a ver unicamente com um sentimento de pertencimento, seja a uma instituição ou a um grupo. Eles “são construídos através da comunicação mediada pelo computador, mas, fundamentalmente, através da interação social reativa” (RECUERO, 2009, p. 39).

Castells também diagnosticará tal mudança ao decretar o surgimento da era da autocomunicação de massas, que - induzida pelas redes de comunicação horizontais tem levado ao surgimento desta nova forma de se comunicar através da internet e de redes de comunicação sem fio. Neste contexto, ele defende que os movimentos sociais são mais capazes de intervir decisivamente neste novo espaço de comunicação. Castells ainda aponta que como resultado desse processo a mídia de massa e as redes de comunicação horizontais estão convergindo. O resultado dessa evolução é uma

mudança histórica na esfera pública, do campo institucional para o novo espaço comunicativo (CASTELLS, 2007, p. 238).

Dessa forma, tal questionamento do monitoramento das redes sociais pela imprensa tem fundamento na potencialidade das redes sociais como espaços de criação de vínculos e origem de mobilização, além de seu papel de esfera pública, capaz de abrigar de forma única a pluralidade de opiniões e informações que circulam na internet.

Sem dúvida, tal percepção tem sido internalizada direta ou indiretamente pelas próprias práticas da atual sociedade em rede de Castells<sup>10</sup>, como têm demonstrado algumas matérias baseadas em declarações dadas no Twitter. Exemplo disso são os recentes casos envolvendo personalidades brasileiras como Thor Batista<sup>11</sup>, e do funcionário demitido após fazer piada com o ex-prefeito da cidade de São Paulo José Serra<sup>12</sup> no perfil do setor de imprensa da Presidência da República.

Entretanto, não são frequentes coberturas como a do Movimento Contra a Corrupção<sup>13</sup>, que surgiu a partir das redes sociais. Fica claro que a inclusão das redes sociais no relato do fato ganha maior visibilidade quando determinada ação se “concretiza” no mundo “real”. Isso pode ser observado na matéria sobre a manifestação - articulada nas redes sociais, mas realizada nas ruas - contra a impossibilidade de mudança do projeto do metrô na cidade de São Paulo<sup>14</sup>. É preciso ganhar as ruas para que a “causa” repercuta mais fortemente. E por que o jornalismo deveria estar tão preocupado com o fluxo de informações nas redes sociais? E o que isso tem a ver com a cobertura da imprensa sobre o Código Florestal?

### **3. Comunicação, democracia e sustentabilidade**

A comunicação para a sustentabilidade é vital para a democracia. Ela se funda na defesa da bio e da sociodiversidade, que se manifesta na criação de uma cultura planetária que se identifica com a distribuição equitativa dos recursos naturais, com uma governança global que respeita a identidade e a autonomia de nações e de culturas (BUENO, 2011, p. 2)

Nesse sentido, a cobertura do Código Florestal trata de assunto fundamental para a democracia brasileira por fazer referência a bens comuns, de interesse coletivo, como a fauna e a flora do país. Tal ideia é reforçada pela análise de mídia A reforma do Código

Florestal na imprensa brasileira, publicada pela Andi, em 2011. O documento aponta duas responsabilidades sociais da imprensa:

(I) a produção de informação com suficiente consistência para que o cidadão possa saber pensar sobre as grandes decisões que afetam sua vida, de sua espécie e das demais; e, (II) a vigilância sobre os interesses de todos os setores, com especial olhar crítico sobre a atuação dos representantes políticos (ANDI, 2011, p. 7 e 8).

Assim, a imprensa tem uma grande responsabilidade nas mãos, além de um grande poder. Buscar a pluralidade é uma de suas obrigações, e também um de seus desafios. Nesse caminho, as redes sociais podem servir como um termômetro que indique o que pode ser pauta. No caso do Código Florestal, a mesma pesquisa da Andi indicou que a sociedade civil (com exceção da comunidade científica) foi ouvida em 12,5% dos textos. Ficou atrás das categorias Executivo, Legislativo, Ciência, e à frente das empresas e do agronegócio, que se mobilizou e conquistou espaço na forma da bancada ruralista. De acordo com o diagnóstico da pesquisa, talvez a sociedade civil tenha encontrado dificuldade em se organizar de modo a obter uma maior visibilidade. Isso mostra que apesar de a oposição ao Código Florestal estar bastante presente nas redes sociais, por meio de campanhas, twittaços<sup>15</sup> e outras atividades de usuários e entidades, a insatisfação conquista maior repercussão somente quando o ciberespaço é usado como articulação de uma ação a ser realizada em espaços públicos do mundo “real”.

#### **4. Da rede à rua**

A presente análise do conteúdo noticioso sobre o Código Florestal restringiu-se ao meio online com foco nos portais dos veículos tradicionais de comunicação da mídia impressa. Dessa forma, buscou-se por textos informativos que abordassem a questão do Código Florestal com menção às redes sociais. Nesse sentido, foram selecionados conteúdos<sup>16</sup> do Correio Braziliense (DF), Folha de São Paulo (SP), O Globo (RJ), Diário de Pernambuco (PE), Valor Econômico (SP).

A seguir, serão destacados alguns exemplos para posteriores considerações. No dia 26 de junho de 2011, O Globo publica matéria com foco nas redes sociais sob o título “Cresce adesão voluntária de internautas a ataques cibernéticos”. A menção ao Código Florestal vem no trecho: “Hoje, no Twitter, é possível ver internautas pedindo ataques em sites como o do Senado, em protesto ao Código Florestal”. O texto foi reproduzido

pelo Diário de Pernambuco. Os dois jornais também publicaram em 8 de novembro a matéria “Gisele Bündchen e Rodrigo Santoro fazem campanha contra novo Código Florestal”, citando “O tema foi parar nas redes sociais, e a hashtag #codigoflorestal ocupava o segundo lugar nos assuntos mais comentados do Twitter logo no início da manhã desta terça-feira”.

Em 2 de dezembro de 2011, o Valor Econômico publicou a matéria “Pairar acima dos partidos e por eles ser derrotado”, que fazia referência explícita ao clima nas redes sociais com o seguinte subtítulo: “Inspirado por Marina Silva, já começa a circular nas redes sociais movimento pelo veto da presidente Dilma Rousseff ao Código Florestal que ainda está por ser votado”.

No dia 3 de março de 2012, o Correio Braziliense e o Diário de Pernambuco publicaram a matéria da Agência Brasil, “Manifestantes em São Paulo pedem que Dilma vete novo Código Florestal”, cujo lead começava da seguinte forma: “Um protesto contra o Código Florestal convocado pelas redes sociais na internet reuniu dezenas de manifestantes (...)”.

Já na Folha de São Paulo, foi interessante notar que o tema das redes sociais conquistou uma coluna própria (“Últimas das Redes Sociais”), que destaca os “assuntos dos momentos”, como na nota: “A aprovação do novo Código Florestal pelo Congresso, prevista para esta semana, também está entre os trending topics, (...)” do dia 5 de março de 2012.

Assim, percebe-se que tem sido crescente a menção às redes sociais por parte da imprensa na cobertura do Código Florestal. Tanto como espaço de articulação (manifestação em SP) como objeto de matéria em si mesmo (matéria do Valor Econômico). Entretanto, vale ressaltar que ainda é mais comum a abordagem das redes sociais com o objetivo de repercutir e dimensionar o fato registrado. Não foi possível percebê-las como geradoras das pautas. Exemplo disso é a campanha “Veta Dilma”<sup>17</sup>, concebida pela organização não governamental Greenpeace, mas que teve seu “bordão” adotado pelos demais movimentos contrários à aprovação da nova lei, como a Via Campesina e Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-terra (MST)<sup>18</sup>, resultando em

uma manifestação única. O espaço na mídia veio a partir da manifestação em São Paulo, apesar de o movimento já estar andamento nas redes sociais há algum tempo.

Certamente, entende-se a necessidade e, em alguns casos, dificuldade na checagem das informações que circulam nas redes sociais. Por isso, de forma alguma se propõe que elas sejam únicas fontes, mas que possa ser mais consideradas como opinião pública. Isso porque se entende que as redes sociais materializam a opinião pública, percebida mais concretamente por meio de pesquisas de opinião, cartas dos leitores ou outras manifestações mais explícitas. Nesta era de autocomunicação de massas, na qual consumidores também são produtores, a mídia é cobrada a abrir um canal de diálogo com o público, passando a ouvir mais atentamente e a observar os temas que movimentam a esfera pública.

## 5. Conclusão

Assim, baseando-se na revitalização da esfera pública e na era de autocomunicação das massas, entende-se que as redes sociais não devem ser ignoradas no processo de apuração da rotina jornalística. Nesse sentido, quando o recorte é o Código Forestal, percebe-se que a imprensa esteve e está atenta à repercussão do assunto nas redes sociais. Por se tratar de um tema polêmico, foram e ainda são muitas as reações nas redes.

Entretanto, ainda não se pode dizer que as redes sociais conquistaram o status de opinião pública. Talvez ainda haja uma separação inconsciente entre real e virtual. Ainda percebe-se que as notícias se dão mais sistematicamente em espaços específicos sobre as redes sociais, como a coluna do jornal Folha de São Paulo.

Nesse sentido, a matéria do Valor Econômico é aquela que mais se aproxima do que se entende que pode se considerar as redes sociais como fonte. O trecho “já começa a circular” indica o início de um movimento que está sendo acompanhado pela imprensa. Também explicita sua legitimidade como expressão da opinião de determinado setor, ou seja, não se esperou que isso se tornasse uma manifestação nas ruas, como o protesto em São Paulo, ou fosse para o Trending Topics. É a esta sutileza à qual se acredita que a imprensa deva estar atenta. E não se trata apenas de enaltecer os movimentos que estão surgindo, mas também fiscalizar, como é papel do jornalismo.

Dessa forma, defende-se que as redes sociais não sejam consideradas um espaço à parte. Como visto, não se trata de extremos. Tudo sinaliza para um processo, que pode ser compreendido sob a ótica de Castells, que vê uma convergência entre as redes horizontais de comunicação e os meios de comunicação de massa.

Do ponto de vista da comunicação e da sustentabilidade, o olhar do jornalismo sobre as redes sociais pode ser extremamente benéfico e enriquecedor tanto para o trabalho jornalístico quanto para a democracia. E os dados comprovam que tal prática tem sido internalizada pelos jornalistas:

Quando se trata de pesquisar novas matérias, quase metade (47%) dos entrevistados disseram que usam o Twitter e um terço (35%) usa o Facebook. Os blogs foram igualmente apontados como elementos-chave do processo de pesquisa (30% afirmam já ter usado os blogs conhecidos). Mais interessante ainda: 42% dos entrevistados basearam-se em posts de blogs que não haviam visitado antes (Oriella PR Network, 2011, p. 5).

Além disso, considerando-se a perspectiva dialógica da Web 2.0, é importante que as empresas jornalísticas se adaptem às mudanças no ambiente de negócios. Sem dúvida, isso já não é novidade, vide as iniciativas de jornalismo colaborativo e os canais de comunicação abertos para atender ao público. Nesse sentido, ressalta-se a atenção às redes sociais como mais um elemento desta estratégia, já que nelas as matérias desses mesmos veículos são repercutidas e compartilhadas com outros usuários.

Assim, entende-se que os jornalistas estão cada vez mais incluindo as redes sociais em sua rotina de apuração. Espera-se que com a devida checagem de informações, tal prática só tenda a contemplar a pluralidade de ideias, contribuindo para o processo democrático e para uma cobertura jornalística mais completa.

#### **Referências bibliográficas:**

Brittes, J. G. A revitalização da esfera pública habermasiana pela comunicação ciberespacial. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/brittes-jucara-revitalizacao-esfera-publica.pdf>

Bueno, W. da C. A importância da comunicação para a sustentabilidade. Disponível em: <http://envolverde.com.br/sociedade/comunicacao/a-importancia-da-comunicacao-para-a-sustentabilidade/>

Castells, M. Communication, Power and Counter-power in the Network Society. Disponível em: [http://www.sfu.ca/media-lab/archive/2012/226/readings/Castells\\_2007\\_Communicative%20Power.pdf](http://www.sfu.ca/media-lab/archive/2012/226/readings/Castells_2007_Communicative%20Power.pdf)

Correio Braziliense. Manifestantes em São Paulo pedem que Dilma vete novo Código Florestal (março, 2012). Disponível em: [http://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/politica/2012/03/03/interna\\_politica,2\\_91847/manifestantes-em-sao-paulo-pedem-que-dilma-vete-novo-codigo-florestal.shtml](http://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/politica/2012/03/03/interna_politica,2_91847/manifestantes-em-sao-paulo-pedem-que-dilma-vete-novo-codigo-florestal.shtml)

Diário de Pernambuco. Manifestantes em São Paulo pedem que Dilma vete novo Código Florestal (março, 2012). Disponível em: <http://diariodepernambuco.com.br/nota.asp?materia=20120303171630>

Diário de Pernambuco. Gisele Bündchen e Rodrigo Santoro fazem campanha contra novo Código Florestal (novembro, 2011). Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/nota.asp?materia=20111108102340>

Folha de São Paulo. Villa-Lobos, Sérgio Reis e Código Florestal são destaques na rede (março, 2012). Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/paineldoleitor/ultimasdasredessociais/1057346-villa-lobos-sergio-reis-e-codigo-florestal-sao-destaques-na-rede.shtml>

Folha de São Paulo. Votação de código florestal movimenta microblog nesta terça (novembro, 2011). Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/paineldoleitor/ultimasdasredessociais/1003427-votacao-de-codigo-florestal-movimenta-microblog-nesta-terca.shtml>

Hohlfeldt, Antônio; Martino Luiz C.; França, Vera Veiga. Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências, Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

O Globo. Artistas fazem campanha contra novo Código Florestal (novembro, 2011). Disponível em: <http://oglobo.globo.com/pais/artistas-fazem-campanha-contrano-codigo-florestal-3100194>

Oriella PR Network 2011. O estado da arte em jornalismo digital em 2011. Disponível em: <http://www.vianews.com.br/PESQUISAORIELLA2011FINAL.pdf>

Primo, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>

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

Valor Econômico. Pairar acima dos partidos e por eles ser derrotado (dezembro, 2011). Disponível em: <http://clippingmp.planejamento.gov.br/cadastros/noticias/2011/12/2/pairar-acima-dos-partidos-e-por-eles-ser-derrotado>

<sup>1</sup> Brasileira e atua como assessora de comunicação no Terceiro Setor. É jornalista graduada pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e especialista em Comunicação Integrada pela Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM-RJ). Em 2011, apresentou artigos sobre redes sociais e mobilização social no IV Congresso Brasileiro de Jornalismo Ambiental e no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2011.

E-mail: [anacarollinacampos@yahoo.com.br](mailto:anacarollinacampos@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Tal argumento será fundamentado e aprofundado ao longo do presente artigo.

<sup>3</sup> Entenda-se por “redes sociais”, os sites Facebook e Twitter.

<sup>4</sup> A reforma do Código Florestal na imprensa brasileira (2011, novembro). Disponível em: [http://www.andi.org.br/sites/default/files/reforma\\_codigo\\_florestal\\_versao\\_internet.pdf](http://www.andi.org.br/sites/default/files/reforma_codigo_florestal_versao_internet.pdf)

<sup>5</sup> Câmara aprova novo Código Florestal com mudança em regras para APPs (2011, maio). Disponível em: <http://www2.camara.gov.br/agencia/noticias/MEIO-AMBIENTE/197560-CAMARA-APROVA-NOVO-CODIGO-FLORESTAL-COM-MUDANCA-EM-REGRAS-PARA-APPS.html>

<sup>6</sup> Senado aprova texto do novo Código Florestal Brasileiro (2011, dezembro). Disponível em: <http://oglobo.globo.com/pais/senado-aprova-texto-do-novo-codigo-florestal-brasileiro-3396059>

<sup>7</sup> Alex Primo define a web 2.0 como a “segunda geração de serviços online caracterizada por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo.” (PRIMO, 2008, p. 101). O autor ainda explica o surgimento do termo, “que faz um trocadilho com o tipo de notação em informática que indica a versão de um software, foi popularizado pela O’Reilly Media e pela MediaLive International como denominação de uma série de conferências que tiveram início em outubro de 2004.” (2008, apud O’REILLY, 2005).

<sup>8</sup> De acordo com a pesquisa Redes Sociais POP - realizada em setembro de 2010 pelo Ibope Mídia -, para quase metade dos entrevistados (45%), as redes sociais substituem as informações dos portais de notícias. Já 60% acreditam que elas fornecem todas as informações necessárias a sua atualização (LEITÃO, 2010, p. 2 e 3).

<sup>9</sup> A revitalização da esfera pública habermasiana pela comunicação ciberespacial (agosto, 2007). Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/brittes-jucara-revitalizacao-esfera-publica.pdf>

<sup>10</sup> Para Castells (2000, v. 1, p.498), rede é um conjunto de nós interconectados. Nó é o ponto no qual uma curva se entrecorta.

<sup>11</sup> Thor Batista divulga no Twitter foto com braço machucado após acidente (2012, março). Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2012/03/thor-batista-divulga-no-twitter-foto-com-braco-machucado-apos-acidente.html>

<sup>12</sup> Funcionário pede demissão depois de fazer piada com José Serra em twitter oficial da Presidência (janeiro, 2012). Disponível em: <http://colunas.revistaepoca.globo.com/ofiltro/2012/01/19/funcionario-pede-demissao-depois-de-fazer-piada-com-jose-serra-em-twitter-oficial-da-presidencia/>

<sup>13</sup> Movimento Contra a Corrupção cresce nas redes sociais e novas manifestações são marcadas (setembro, 2011). Disponível em: <http://oglobo.globo.com/politica/movimento-contra-corrupcao-cresce-nas-redes-sociais-novas-manifestacoes-sao-marcadas-2700723>

<sup>14</sup> Com churrasco improvisado, protesto pede metrô em bairro de SP (maio, 2011). Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/brasil/noticias/0,,OI5130065-EI8139,00-%20Com+churrasco+improvisado+protesto+pede+metro+em+bairro+de+SP.html>

---

<sup>15</sup> Protesto realizado no Twitter que consiste no uso de hashtags previamente combinadas pelos manifestantes com data e hora marcados. O objetivo é levar o tema ao Trending Topics, dando visibilidade à questão.

<sup>16</sup> Links disponíveis nas Referências Bibliográficas.

<sup>17</sup> Campanha Veta, Dilma (2012, março). Disponível em: <http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Participe/Ciberativista/Codigo-Florestal-veta-Dilma1/>

<sup>18</sup> Campanha "Veta Dilma" ocupa Esplanada contra alterações no Código Florestal (2012, março). Disponível em: <http://www.mst.org.br/node/12999>