

## VOZ COLETIVA PARA MOBILIZAÇÃO PELA AMAZÔNIA: @XINGUVIVO E BELO MONTE

### COLLECTIVE VOICE FOR MOBILIZATION BY THE AMAZON: @XINGUVIVO AND BELO MONTE

Alda Cristina Costa\*

Nírvea Ravena\*\*

Ivana Oliveira\*\*\*

#### RESUMO:

Na contemporaneidade as relações de poder foram redefinidas. A esfera pública virtual ganhou substância e robustez com o cidadão dispondo de ferramentas que o oportuniza participar diretamente das discussões e mobilizações sociais. As questões relativas à ação coletiva e os dilemas que envolvem espaços virtuais e a consecução de bens públicos permanece. Este artigo se propõe a analisar qual o impacto dessa nova forma de esfera pública na mobilização e na ação coletiva de atores interessados em uma das maiores obras a serem executadas na Amazônia paraense, o Complexo Hidrelétrico de Belo Monte, na região do Rio Xingu.

**PALAVRAS-CHAVE:** Amazônia; Twitter; mobilização social.

#### ABSTRACT:

In contemporary age, power relations are redefined. The virtual public sphere has been gaining substance and robustness. From the Web 2.0 citizens have tools that give opportunity to participate directly in discussions and social movements. Issues relating to collective action and the dilemmas that involve virtual spaces and the achievement of public goods remains. The demarcation of roles and discourses about the interests, beliefs and values begin to acquire contours web sphere and the ramifications of public

---

\* Vice-coordenadora do Programa de Pós-graduação Comunicação, Cultura Amazônia (PPGCom) e professora da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará. PARÁ, Brasil. aldacristinacosta@gmail.com

\*\* Professora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido-PPGDSTU do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA-UFPA). PARÁ, Brasil. niravena@uol.com.br

\*\*\* Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido-PPGDSTU do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA), professora da Universidade da Amazônia (Unama). PARÁ, Brasil. ivana.professora@gmail.com

debate should be evaluated. This article aims to analyze the impact of this new form of public sphere in mobilization and collective action of actors interested in one of the greatest works to be executed in Pará Amazon, Belo Monte Hydroelectric Complex on the Xingu River region.

**KEYWORDS:** Amazon; Twitter; social mobilization.

## INTRODUÇÃO

Percebe-se que o interesse pela Amazônia aumenta de acordo com o status em que ela é colocada no cenário econômico ou geopolítico. Ela tem no cenário mundial o peso do seu tamanho, ou seja, no imaginário é patrimônio de todos, mesmo que as políticas públicas empregadas não atendam às necessidades da região ou dos homens que nela vivem. Todo e qualquer projeto direcionado ao seu território se constitui num compromisso e as discussões passam pela sua representação simbólica de região vocacionada para o desenvolvimento sustentável.

Nessa relação imaginário-simbólico sobre a Amazônia é importante para o consciente coletivo, o sentimento de unidade e de pertencimento, uma vez que vai possibilitar não somente para exprimir-se, o que é óbvio, mas para concretizar o “existir”, superando o virtual e coletivizando uma “comunidade de sentido” (WEBER, 1999). O simbólico comporta, quase sempre um componente “racional-real”: o que representa o real ou o que é indispensável para o pensar ou para agir (CASTORIADIS, 1982, p. 155).

Da mesma forma que desperta os interesses das organizações mundiais pelos projetos implementados, a mídia também é atraída pelos assuntos relacionados à região. A Amazônia vai assumir um papel geopolítico relevante para o país, a partir do Golpe de 1964, quando são estabelecidos os discursos da segurança e do desenvolvimento. Um dos efeitos dessa política foi a criação, em 1966, da Amazônia Legal, juntamente com a Sudam<sup>1</sup>. Assim, nas décadas de 1960 e 1970, com a divulgação e propaganda dos Projetos de Desenvolvimento Governamentais para a região, a mídia passa a ter um importante papel na difusão de imagens da Amazônia.

No século XXI, a região volta a ser foco de atenções na mídia com a execução da maior obra do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC)<sup>2</sup> do governo federal, a ser realizada no estado do Pará, o Complexo Hidrelétrico de Belo Monte, no rio Xingu.

Cumpramos lembrar que obras de grande porte no setor elétrico foram implementadas na década de 1970 no país, ou seja, antes da legislação ecológica vigente, somente consolidada em 1981, quando os projetos já estavam definidos e iniciados. Com a criação da Eletronorte (1973), o governo federal desconsidera as características naturais da Amazônia - rios de planície com baixa declividade natural. E estabelece a região como fonte de energia abundante para a transmissão por longas distâncias até os centros mais desenvolvidos do país. “A Amazônia permaneceria como fronteira ou colônia” (PINTO, 2011).

Com essa visão, o regime militar construiu a maior (Itaipu, no rio Paraná, no extremo meridional do país) e a quarta maior (Tucuruí, no rio Tocantins, no Pará) hidrelétrica do mundo. (...) Os danos socioambientais das duas usinas não podem ser minimizados. Se Itaipu fosse concebida hoje, a sociedade brasileira aceitaria que ela causasse o sacrifício das Cataratas de Sete Quedas que proporcionava aos visitantes um dos espetáculos mais deslumbrantes da terra? Tucuruí teria aprovação ambiental para submergir uma área de 3.100 quilômetros quadrados, na qual surgiu o segundo maior lago artificial do Brasil? Só para comparar: o Lago Paranoá em Brasília tem 48 km<sup>2</sup> (PINTO, 2011, p. 4).

Neste sentido, o papel da mídia hoje, configura-se como relevante espaço de agendamento de debates para legitimar os projetos de desenvolvimento para a Amazônia, incluindo as mídias sociais, que estão se tornando ambientes de mobilizações para manifestações sobre questões de interesses sociais.

O objetivo deste artigo é analisar o *Twitter* como importante voz coletiva para mobilização pela Amazônia, especificamente no movimento contra a construção do Complexo Hidrelétrico de Belo Monte. Partimos da argumentação que as mídias sociais podem ser usadas estrategicamente para engajamento e visibilidade dos movimentos sociais, envolvendo pessoas e instituições que não convivem diretamente com a realidade do problema exposto, assim como ampliando o poder de interferência de um movimento social nas decisões.

O perfil @xinguvivo<sup>3</sup> foi selecionado para análise pela representatividade do Movimento Xingu para Sempre, criado por um coletivo de organizações, movimentos sociais e ambientalistas da região de Altamira e das áreas de influência do projeto do Complexo Hidrelétrico de Belo Monte, que historicamente se opuseram à sua instalação no rio Xingu, no estado do Pará. Também conta com o apoio de mais de 250 (duzentos e cinquenta) organizações locais, estaduais, nacionais e internacionais. O Movimento agrega

ainda entidades representativas de religiosos, ribeirinhos, pescadores, trabalhadores, indígenas, moradores do município de Altamira atingidos por barragens.

Na análise quantitativa, tomamos como base as mensagens publicadas nos meses de outubro, novembro e dezembro de 2011, pelo perfil @xinguvivo, por representar momentos demarcadores nas obras do complexo hidrelétrico de Belo Monte. No total foram analisadas 535 (quinhentas e trinta e cinco) mensagens geradas pelo perfil e 318 (trezentos e dezoito) mensagens de outros perfis reenviados (retuite) pelo perfil pesquisado. Na pesquisa, foram consideradas as mensagens de mobilização, de informação e de protesto para a influência da opinião pública.

## AMAZÔNIA EM FOCO

A região amazônica representa 60% do território nacional, abriga 12% da população e gera 8% do PIB (Produto Interno Bruto). E é responsável por mais de 50% das emissões do gás carbônico, estando constantemente na pauta de discussão da sociedade, seja em nível regional, nacional ou internacional, pela execução de projetos que são forjados à revelia das características da região ou causam impactos irreversíveis ao homem.

Os primeiros “grandes projetos”<sup>4</sup> implantados na década de 1970, geraram sérios problemas, seja pela agressividade à natureza ou pouco desenvolvimento econômico, político e social da região, levando em conta principalmente, o momento vivido pelo Brasil, quando a discussão de viabilidade dos mesmos ainda era intramuros, deixando a sociedade a parte dos debates e das decisões.

Os projetos de geração de energia são os que têm causado grandes conflitos, disputas políticas e econômicas, principalmente pelos impactos ambientais e sociais que deixam à região, excluindo o homem local de participar das decisões tomadas pelo poder público na gestão de políticas para a Amazônia. Isso determina para a região um papel único de fornecedora de insumos para suprir as necessidades de outras regiões brasileiras. Ou seja, mantendo um “modelo colonial” de imposição e sem escuta das vozes de especialistas ou das comunidades atingidas e envolvidas.

(...) ao longo do tempo, diversos especialistas têm se mobilizado para tornar públicas as graves consequências que o barramento do rio Xingu, em seu trecho denominado Volta Grande, poderá acarretar para a importante diversidade sociocultural e biológica da região [...]: Ambos, objetivando alertar a sociedade para os graves riscos sociais e ambientais inerentes ao projeto Belo Monte - vale dizer, em suas diversas versões -, sinalizavam também para

a importância da expertise na construção do debate público (HERNÁNDEZ e MAGALHÃES, 2011, p. 82).

O projeto do Complexo Hidrelétrico de Belo Monte faz parte do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), considerada obra prioritária do governo federal, com objetivo de desenvolvimento do setor energético brasileiro e tem no histórico mais de 30 anos de polêmica para implantação. Além das idas e vindas jurídicas, ao longo desse período, o projeto tem recebido amplas críticas que apontam sérios problemas técnicos, econômicos e ambientais para a sociedade como um todo, que se intensificaram a partir de 2010, quando o Ministério do Meio Ambiente concedeu licença ambiental prévia para construção da hidrelétrica.

As discussões sobre Belo Monte têm início em 1975, quando a recém-criada empresa Centrais Elétricas do Brasil S/A - Eletronorte, inicia os Estudos de Inventário Hidrelétrico da Bacia Hidrográfica do Rio Xingu, para mapear o rio e os afluentes mais favoráveis para barramentos. Na década de 1980, o relatório é finalizado com a previsão de sete barramentos e a Eletronorte inicia os estudos de viabilidade técnica e econômica do chamado complexo de Altamira.

A primeira visibilidade dos problemas ambientais da construção de Belo Monte foi na esfera internacional: em 1988, na Universidade da Flórida, em Miami - Estados Unidos, o líder Kaiapó Paulinho Paiakan, o Kube-I Kaiapó e o etnobiólogo Darrel Posey, do Museu Paraense Emilio Goeldi, relataram no simpósio sobre manejo adequado de Florestas Tropicais, a indignação quanto a decisão do Banco Mundial (BIRD) de “financiar um projeto de hidrelétricas no Xingu que inundaria 7 milhões de hectares e desalojaria 13 grupos indígenas. Apesar de serem diretamente atingidos, os índios não tinham sido consultados” ([www.xinguvivo.org.br](http://www.xinguvivo.org.br)).

Depois de tornar público os problemas, os índios recebem apoio do Centro Ecumênico de Documentação e Informação (CEDI)<sup>5</sup> e realizam o Primeiro Encontro dos Povos Indígenas do Xingu, em fevereiro de 1989, no município de Altamira (PA), reunindo cerca de três mil pessoas, entre elas, 650 índios de diferentes etnias, 300 ambientalistas, 150 jornalistas de vários países e autoridades políticas. Esse encontro ficou mundialmente conhecido pela cena em que a índia Tuíra- prima de Paiakan encosta a lâmina de um facão no rosto do então diretor da Eletronorte, José Antônio Muniz Lopes. O evento é considerado um marco do socioambientalismo no Brasil e lançou a campanha nacional

em defesa dos Povos e da Floresta Amazônica para a revisão dos projetos de desenvolvimento da região.

As manifestações a partir dessa ação não pararam mais. Ao longo dos anos diversos pesquisadores têm realizado estudos apontando as lacunas e prejuízos advindos com a implantação da hidrelétrica de Belo Monte. Um desses relatórios denominado de Painel de Especialistas<sup>6</sup> foi produzido em 2009, a partir da apresentação dos Estudos de Impacto Ambiental (EIA)<sup>7</sup> que a ELETROBRÁS entregou ao IBAMA, no processo de licenciamento para a implantação do aproveitamento hidrelétrico de Belo Monte, no rio Xingú.

Nesse relatório, há um estudo crítico de diversas instituições de ensino e pesquisa, evidenciando para a sociedade as falhas, omissões e lacunas dos estudos com a finalidade de subsidiar um processo de decisão, “pautado pelo debate público - sério e democrático”. No documento, os pesquisadores com experiência de pesquisa na Amazônia, apresentam considerações graves que colocam em questão a qualidade e a confiabilidade dos dados apresentados pelo EIA, questionando a dimensão dos impactos e seus potenciais programas para atenuar o problema que será gerado.

Na proposta de execução do projeto da usina ([www.blogbelomonte.com.br](http://www.blogbelomonte.com.br)), está previsto o acréscimo de mais 11.233 MW de capacidade instalada e 4.571 MW de energia assegurada, devendo abastecer cerca de 18 milhões de residências ou 60 milhões de pessoas. O Complexo Hidrelétrico atingirá 11 municípios paraenses pertencentes a área denominada de Volta Grande do Rio Xingu, porém menos de 10% da energia produzida será utilizada em território paraense. Um estudo da Universidade Federal do Pará realizado a pedido do Ministério Público Federal, e apresentado em outubro de 2011, confronta o Relatório de Impacto Ambiental (RIMA) que totaliza 16,4 mil pessoas atingidas. A pesquisa aponta que esse quantitativo é aproximadamente 55% maior, somando cerca de 25,4 mil moradores impactados com a formação do lago da Usina.

De acordo com informações divulgadas na mídia brasileira<sup>8</sup>, no início de 2014, a usina hidrelétrica Belo Monte atingiu a conclusão de 45 por cento das obras civis, segundo balanço da empresa responsável pelo empreendimento. A obra está na fase de conclusão da primeira etapa da montagem eletromecânica em um dos canteiros. A previsão é de que a primeira unidade geradora da usina entre em operação comercial em 2015.

Nos últimos desdobramentos, de 2014<sup>9</sup>, o consórcio IE Belo Monte (Interligação Elétrica Belo Monte), formado pela chinesa State Grid, por Furnas e Eletronorte (as duas últimas

subsidiárias da Eletrobras, controlada pelo governo), foi o vencedor do leilão de concessão da linha de transmissão da usina hidrelétrica de Belo Monte, no Rio Xingu (PA), o chamado linhão de Belo Monte terá 2,1 mil quilômetros de extensão e será responsável por escoar a energia produzida pela usina Belo Monte para a região Sudeste. Estima-se que o investimento do projeto totalizará aproximadamente R\$ 5 bilhões. O lote leiloado no primeiro semestre de 2014 é composto por duas subestações conversoras, instaladas no Pará e em Minas Gerais, e por linhas de transmissão que passarão pelos Estados do Pará, do Tocantins, de Goiás e de Minas Gerais, partindo de Xingu (PA) até o município mineiro de Estreito.

O próprio calendário que relaciona os fatos demonstra que as decisões sobre o processo de implantação do complexo hidrelétrico de Belo Monte são conflituosas, já que quase constantemente é paralisado, seja pela justiça ou por ações dos envolvidos e dos próprios operários.

## VOZES POLÍTICAS E SOCIAIS

Tomamos o conceito de vozes no sentido metafórico, não como um som vocálico expresso em fonemas, mas de signos que são representados nas manifestações dos sujeitos, que se identificam e se corporificam nas suas mensagens, dando um sentido social para aquilo que fazem, dizem ou pensam. Ou seja, naquilo que será depositado por Bakhtin (2003) na palavra de maneira “semântico-social”. A comunicação deve ter sentido para a sociedade, isto é, ela somente acontecerá quando eu me volto a esse mundo e transformo meros sinais em comunicação e-ou informação.

Partindo da comunicação oral e ressoando na escrita, Bakhtin vai ponderar afirmando que as vozes das outras pessoas, de opiniões, de posicionamentos individuais e de grupos sociais, são semioticamente perceptíveis. As vozes do filósofo são construtoras do sentido das enunciações por possibilitar à resposta.

Ao trabalhar os sentidos da tecnologia para a sociedade, Lemos e Levy (2010) vão afirmar que ela não se refere a sua dimensão material, mas sim ao seu poder de produzir sentido, de fazer sociedade, ou melhor, de criar relações. Ou ainda naquilo que debate Castells (2013) quando reflete sobre a ação comunicativa das redes ou mídias sociais e as mudanças coletivas ou movimentos sociais. Para ele, a tecnologia e a morfologia das redes de comunicação, incluindo a internet, “dão forma ao processo

de mobilização e, assim, de mudança social, ao mesmo tempo como processo e como resultado” (2013, p. 158).

Nesta perspectiva, enquadramos a análise tomando as mídias sociais como vozes coletivas, possibilitando a intervenção daqueles que tem acesso a participar daquilo que Lemos e Levy (2010) vão chamar de liberação de expressão pública ou esfera pública digital, com a interação e colaboração de muitos para muitos em um espaço descentralizado. Os indivíduos passam, com a nova modalidade de comunicação pública, a fornecer, ao mesmo tempo, os conteúdos, a crítica, a filtragem e se organizam, eles mesmos, em redes de troca e de colaboração, mas fundamentalmente como mobilizadores de manifestações, sejam favoráveis ou contrárias aos mais diversos assuntos que movimentam as relações de sociabilidade.

Essa prática reconfigura a realidade, dividindo as forças de poder, indo ao encontro do que já destacava Foucault (1981), como múltiplas relações de poder, que não se situam apenas em um local específico, mas que são imanentes ao corpo social. Ou seja, o poder como prática social, historicamente constituída, e as múltiplas formas de exercício do mesmo na sociedade.

O poder e a comunicação, na dinâmica das tecnologias digitais, passam a ter similaridades quando objetivam atingir a sociedade. Adotam forma descentralizada e estratégica para maior atenção e participação social. Para Lemos e Levy (2010, 14) essa nova realidade terá efeitos sobre a democracia, acionando quatro domínios interdependentes na contemporaneidade: as capacidades de aquisição de informação, de expressão, de associação e de deliberação dos cidadãos; a pressão dos indivíduos, via mídias sociais, sobre as administrações estatais e sobre os governos para mais transparência, abertura e diálogo; os movimentos de opinião e de ação cidadã atravessam cada vez mais as fronteiras e entram em interface com os problemas ecológicos, econômicos e políticos.

As tecnologias deslocam a noção de espaço, distribuem as influências do distante sobre eventos locais, propagando as vozes. A ação do sujeito não tem mais um local físico, mas uma relação de unidade e de pertencimento que são envolvidos pelos problemas sociais como um todo. Nessa arquitetura, dois mecanismos serão acionados pela mídia: o “efeito colagem”, expressando uma unidade de pensamento, e fazendo com que o evento se torne mais importante do que o lugar em que ele possa ocorrer; e a “intrusão de eventos distantes na consciência cotidiana”, no qual o indivíduo pode experimentar

fatos observados na mídia em seu próprio cotidiano, porém tais fatos serão vistos como exteriores e remotos (GIDDENS, 2002), ou até mesmo parecerem menos reais. Os movimentos, de acordo com Castells, passam a ser simultaneamente locais e globais.

Começam em contextos específicos, por motivos próprios, constituem suas próprias redes e constroem seu espaço público ao ocupar o espaço urbano e se conectar às redes da internet. Mas também são globais, pois estão conectados com o mundo inteiro, aprendem com outras experiências a se envolver em sua própria mobilização. Além disso, mantêm um debate contínuo na internet e algumas vezes convocam a participação conjunta e simultânea em manifestações globais numa rede de espaços locais. (CASTELLS, 2013, p. 161).

É nessa perspectiva que nossa argumentação caminha na relação construída entre sociedade e a mídia social *Twitter*, como um espaço instituído de mobilização e articulação das pessoas e instituições em torno de um problema social, que não necessita estar próximo geograficamente, mas me envolve no debate e na participação.

## MOBILIZAÇÃO VIRTUAL

O século XX pode ser considerado o período em que a humanidade passa a conviver com produtos da era eletrônica. Rádio, televisão, internet e aparelhos de celular adentram o cotidiano das pessoas, transformando as relações de sociabilidade. Chegamos ao século XXI com novas perspectivas de interações e debates que ultrapassam a barreira física territorial.

Como potencializa Castells (2003) a Internet é o tecido que passa a cobrir as nossas vidas, lembrando que a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial. Essa tecnologia vai ser responsável pela formação de novas redes, ou ferramentas de organização, flexibilidade e de adaptabilidade para um ambiente em constante mudança.

O Twitter é uma ferramenta de microblog onde os internautas são representados por seus perfis, interagindo através de mensagens de 140 caracteres. As relações entre os usuários não têm necessariamente o caráter de reciprocidade e se denominam como “seguidos” e “seguidores” (RECUERO; ZAGO, 2009). As informações são repassadas de seguidos à seguidores, em tempo real, fazendo com que possam atuar como influenciadores e ‘viralizando’ na rede social.

Como afirma Seixas (2009):

O twitter foi o precursor, aquele que definiu o conceito, as novas possibilidades e a nova forma de irrigar o mundo com conteúdo. Permitiu que uma verdadeira legião de programas, sites e mash-ps<sup>10</sup> pudessem proporcionar formas diferentes de publicar e interagir com a quantidade colossal de mimi-conteúdos já disponível nesse pequeno, e crescente, universo. (SEIXAS, 2009, p. 45).

Nesse contexto, os seguidores possuem o papel de filtros de informação para suas próprias redes, selecionam o grau de importância das mensagens que recebem e decidem se devem ou não propagar através do seu perfil. Assim, as mensagens de perfis com grande número de seguidores podem espalhar, em segundos, quaisquer informações para pontos distantes da rede.

Como bem lembra Lemos e Levy (2010, p. 13) essa nova esfera pública digital não é recortada mais por territórios geográficos (os seus cortes relevantes correspondem antes às línguas, às culturas e aos centros de interesses), mas diretamente mundial. Os valores e modos de ação trazidos por essa nova esfera pública são a abertura, as relações entre pares e a colaboração. Ou, nas concepções de Castells (1999, p. 17), a tecnologia não determina a sociedade, ela é a sociedade. “A sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias”. Você é aquilo que você publica. E quanto mais seguidores tiver e mais *tweets* publicar, mais visível você se tornará e mais poder terá o seu discurso.

A mídia social representa um sistema online, projetado para permitir a interação social, a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos. No caso do Twitter essa mídia entrou em operação em 2006 e seu crescimento meteórico se deu em torno de janeiro de 2009.

Em 2013, o número de pessoas com acesso à internet no Brasil chegou a casa dos 100 milhões, segundo dados divulgados pelo Ibope Media<sup>11</sup>. Os dados referentes ao primeiro trimestre de 2013 indicam que o país tinha naquele momento 102,3 milhões de internautas, sendo 72,7 milhões com acesso em casa ou no trabalho e 53,7 milhões efetivamente navegando em casa ou no trabalho.

Atualmente, o Twitter no Brasil conta com dois escritórios, que empregam um total de 40 funcionários. O primeiro foi aberto em São Paulo, em novembro de 2012, marcando o início das operações da rede social no país. Já o segundo fica sediado no Rio de Janeiro e foi inaugurado em julho de 2013.

Em dados gerais<sup>12</sup>: o Twitter tem mais de 241 milhões de usuários ativos por mês; são 500 milhões de tuítes são enviados por dia; mais de 300 bilhões de postagens (tuítes) foram enviados desde a fundação do microblog em 2006; 76% dos usuários ativos são usuários móveis (celulares e tablets); 40% dos usuários ativos apenas consomem conteúdo no Twitter; mais de 400 milhões de visitantes únicos por mês no [twitter.com](https://twitter.com); está disponível em 35 idiomas diferentes; 77% das contas são de fora dos Estados Unidos; o total de anunciantes passa dos milhares; são 2.700 funcionários em escritórios por todo o planeta.

## @XINGUVIVO

É nesse panorama das novas relações de sociabilidades que o Movimento Xingu Vivo para Sempre de oposição à instalação do Complexo Hidrelétrico de Belo Monte, inicia o perfil @xinguvivo no twitter, em 11 de janeiro de 2010. Em sua bio (descrição) se qualifica “pela conscientização da sociedade brasileira em defesa do Xingu e contra a hidrelétrica de Belo Monte”. Até novembro de 2012, o perfil somava 6.572 seguidores, com 3.614 postagens e seguia 32 (trinta e dois) perfis entre instituições, entidades, ambientalistas, jornalistas, políticos, cientistas, pesquisadores e veículos de comunicação.

Nos meses pesquisados, outubro, novembro e dezembro de 2011 foram consideradas todas as mensagens disponíveis na *timeline* (sequencia de mensagens visíveis no perfil). No total foram analisadas 854 (oitocentos e cinquenta e quatro) mensagens, divididas em: postagens próprias e retuites (reenvio de mensagens de outros perfis que o @xinguvivo segue), mas direciona também que os seguidores visitem o Blog [xinguvivo.org.br](http://xinguvivo.org.br) e estimula a leitura de notícias, artigos e opiniões de internautas que reforcem o posicionamento contrário ao projeto Belo Monte.

Na Tabela 01, fazemos a qualificação dos perfis dos seguidores do @xinguvivo, com a finalidade de demonstrar o poder de influencia dos perfis que acompanham as informações postadas pelo movimento e ainda, como perfis formadores de opiniões com potencialidade de ampliação na sociedade:

**Tabela 01:** Qualificação dos perfis dos seguidores. Na definição das variáveis foram considerados apenas os perfis que esclareciam nas “bios” as qualificações definidas na tabela. Nas análises foram computadas as seguintes postagens, conforme Tabela 02:

Definição:	Número de seguidores
Jornalistas\	84
Veículos\ portais de notícias	32

Sites e blogs com interesses ambientais	52
Divulgação comercial	60
Instituições de Ensino	05
Educadores	56
Fundações\Institutos	15
Ong's\Movimentos Sociais\ Fóruns	181
Ambientalistas	15
Indígenas	03
Políticos	08
Partidos Políticos	03
Entidades Diversas	04
Total:	518

Fonte: Twitter. Disponível em: <twitter.com/xinguvivo> Acesso em: 05 jan. 2012.

**Tabela 02:** Quantidade de mensagens postadas/mês

Mês	Postagens Próprias	Postagens reenviadas (retuites)
Outubro	172	158
Novembro	190	152
Dezembro	173	71
Total	535	318

Fonte: Twitter. Disponível em: <twitter.com/xinguvivo> Acesso em: 05 jan. 2012.

As mensagens dos meses selecionados têm relação direta com o contexto que passava no momento o projeto do Complexo Hidrelétrico de Belo Monte tanto na quantidade quanto na seleção do que foi reenviado aos seguidores.

Tomamos como metodologia de análise a pesquisa quantitativa, levando em conta que a mesma permite quantificar, ou seja, traduzir em números opiniões e informações (GIL, 2002) que podem representar sentido, ressonância e multiplicação de ações.

No mês de outubro, o perfil analisado, centralizou em ações de visibilidade, realizadas em diferentes cidades. A primeira, “Vem Acampar na Aldeia”, onde o perfil mobilizava os seguidores para participar de protestos em Altamira, Belém e São Paulo, contra a construção da usina. Também destacou as mensagens em dois assuntos principais: a audiência da primeira ação Civil Pública (com link de transmissão ao vivo) e a ocupação do canteiro de Belo Monte e o fechamento do acesso da rodovia Transamazônica por indígenas, pescadores e ribeirinhos, em protesto, exigindo a paralisação das obras da

usina. Esse protesto faz parte da Ação Vem Acampar na Aldeia, com protestos organizados em Altamira, Belém e São Paulo. Os três eventos foram agendados, estimulados e transmitidos, por links, divulgados no perfil do Movimento no Twitter.

Também foram divulgadas informações sobre os acontecimentos de Belo Monte, principalmente o protesto contra obra que levou ocupação do canteiro, em Altamira, o julgamento da Ação Civil Pública para ouvir os índios sobre Belo Monte e o seminário Mundial contra Belo Monte. Esses assuntos renderam divulgações pelo twitter conforme Tabela 03:

**Tabela 03:** Quantidade de mensagens por assunto/outubro

Assunto	Postagens
Ocupação canteiro	32
Decisões judiciais	73
Seminário Mundial	05
Outros	220
TOTAL	330

Fonte: Twitter. Disponível em: <twitter.com/xinguvivo> Acesso em: 05 jan. 2012.

É importante salientar, que ainda no mês de outubro, algumas mensagens de mobilização incluíram informações de especialistas, conforme Figura 01 abaixo:

**Figura 01:** Posts de especialistas\outubro 2011



Fonte: Perfil @xinguvivo. Disponível em: <twitter.com/xinguvivo> Acesso em: 05 jan. 2012.

O Movimento @xinguvivo também mobilizou seguidores divulgando os endereços eletrônicos (e-mails) dos três juízes que avaliaram o processo do Ministério Público Federal (no Pará) contra a construção da usina de Belo Monte, em um post retuitado. Ver Figura 02.

Figura 02: Posts divulgando e-mail\outubro2011



Fonte: Perfil @xinguvivo. Disponível em: <twitter.com/xinguvivo> Acesso em: 05 jan. 2012

Outro destaque em outubro foi o uso da hashtag<sup>13</sup> #OccupyBeloMonte, escrita em inglês e remetendo ao #OccupyWallStreet<sup>14</sup> para chamar atenção regional, nacional e internacional sobre a ocupação do canteiro de obras de Belo Monte. A tag agregava informações sobre a ocupação, com destaque de fotos, opiniões e discussões. O uso dessa ferramenta mostra o objetivo claro de concentrar as informações e alcançar uma visibilidade maior para o assunto. De acordo com as Figuras 03 e 04:

Figura 03: Posts com hashtag #OccupyBeloMonte





Fonte: Perfil @xinguvivo. Disponível em: <twitter.com/xinguvivo> Acesso em: 05 jan. 2012

**Figura 04:** Post hashtag #OccupyWallStreet



Fonte: Perfil @xinguvivo. Disponível em: <twitter.com/xinguvivo> Acesso em: 05 jan. 2012

Novembro foi o mês de visibilizar as ações do Movimento Xingu Vivo para a Sempre, replicando informações e os impactos de projetos semelhantes a usina de Belo Monte. Nesse sentido, o Movimento Gota D'Água<sup>15</sup>, formado por 18 artistas da TV Globo, vai aderir a causa do @xinguvivo, produzindo três vídeos que questionam a viabilidade da usina, seus impactos socioambientais e o respeito aos direitos indígenas. O primeiro vídeo<sup>16</sup> denominado de “Gota d’Água+10” vai ser acessado por 922 mil 383 internautas.

Nesse primeiro vídeo, os artistas vão solicitar a assinatura da população na petição<sup>17</sup> contra a usina de Belo Monte. Um pouco mais de um mês depois da mobilização pela assinatura da petição, via internet, os artistas Maria Paula, Sérgio Marrone e Natallia Dill, entregaram no dia 20 de dezembro de 2011, 14 mil páginas com 1,35 milhão de assinaturas contra a usina de Belo Monte, ao ministro da secretaria Geral da Presidência, Gilberto Carvalho. A entrega foi acompanhada pela coordenadora do Movimento Xingu

Vivo para Sempre, Antônia Melo e do coordenador do Movimento Humanos Direitos, padre Ricardo Rezende. As três entidades solicitaram a abertura de um debate participativo, amplo e transparente sobre a política energética nacional.

É importante destacarmos, mesmo não sendo objeto do presente artigo, que a rapidez com que o Movimento Gota D'Água conseguiu as assinaturas na petição, em virtude da circulação instantânea e dinâmica das informações no ambiente virtual, quando conciliada com os personagens de constante presença na grande mídia, ou a chamada mídia de massa, como a televisão, esse objetivo é alcançado quase que de imediato.

Mas também percebemos uma contradição vigente nessa operação de visibilidade quando os movimentos se valem das mídias sociais e mídias de massa como vozes coletivas: primeiro, os movimentos procuram utilizar os personagens da mídia de massa para obterem adesão da sociedade às suas causas no ambiente digital, ou seja, esses artistas a partir do seu estatuto de visibilidade, vão agregar reforço às causas; por outro lado, esses mesmos movimentos não conseguem penetrar com suas ações de protesto na mídia de massa, então utilizam as mídias digitais, ou twitter, para realimentar o critério de noticiabilidade e gerar interesses dos internautas pelo assunto em pauta.

Seguem abaixo, Figura 05, alguns posts exemplificando a situação, em que o jornalista paulistano Ruy Sposati que escreve para o Movimento Xingu Vivo para Sempre, alimenta o twitter com informações:

**Figura 05:** Informações reenviadas sobre coberturas jornalísticas\novembro2011



Fonte: Perfil @xinguvivo. Disponível em: <twitter.com/xinguvivo> Acesso em: 05 jan. 2012

Portanto, o Twitter passa a ser uma fonte de referência e informações. Conforme análise de Castells (2013) ao estudar as mobilizações de massa <sup>18</sup> irrompidas a partir de

2010, o apoio da internet e das redes sociais foi decisivo. Na sua avaliação, o uso desses instrumentos tecnológicos criou um espaço de autonomia para a troca de informações e para a partilha de sentimentos coletivos de indignação e esperança, possibilitando um novo modelo de participação cidadã.

Autonomia para Castells, refere-se à capacidade de um ator social tornar-se sujeito ao definir sua ação em torno de projetos elaborados independentemente das instituições da sociedade, segundo seus próprios valores e interesses.

Outras ações de visibilidades foram empreendidas pelos movimentos, dessa vez, a preocupação foi divulgar informações, ocupando outros hiperlinks para debates ao vivo.

**Tabela 04:** Quantidade de mensagens por assunto/novembro

Assunto	Postagens
Movimento Gota D'Água	30
Informações Belo Monte com links	115
Posts de mobilização	12
Outros	185
Total	342

Fonte: Perfil @xinguvivo. Disponível em: <twitter.com/xinguvivo> Acesso em: 05 jan. 2012.

Constatamos que o perfil @xinguvivo fornece informações para que seja referência no assunto para os internautas, conseguindo assim formar a opinião crítica das pessoas com relação ao projeto. Ver Figura 06

**Figura 06:** Posts fornecendo informações sobre a usina Belo Monte\novembro2011.





Fonte: Perfil @xinguvivo. Disponível em: <twitter.com/xinguvivo> Acesso em: 05 jan. 2012.

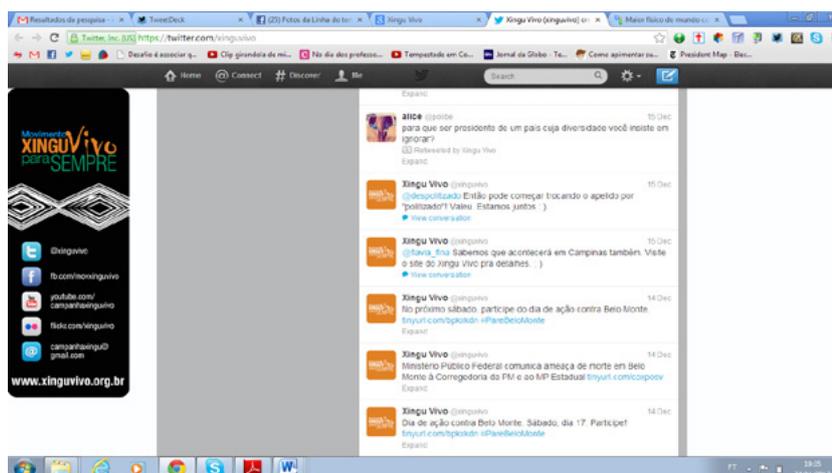
No mês de dezembro as ações do perfil @xinguvivo se concentraram em campanhas de mobilizações contra a construção da usina de Belo Monte: convocação da sociedade para pressionar o governo na paralisação das obras (Figura 07); e que correntistas pressionem os bancos, via cartas ou e-mails, explicando a posição da instituição financeira com relação a construção da usina (Figura 08).

**Tabela 05:** Quantidade de mensagens por assunto/dezembro

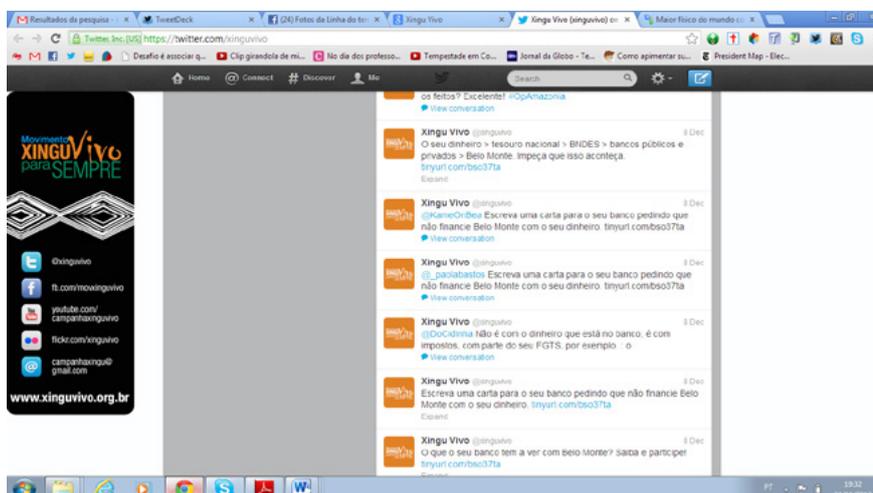
Assunto	Postagens
Dia X (17\12) contra Belo Monte	30
Campanha “Belo Monte com meu dinheiro não”	61
Retrospectiva	15
Outros	138
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>

Fonte: Perfil @xinguvivo. Disponível em: <twitter.com/xinguvivo> Acesso em: 05 jan. 2012.

Sobre os posts de mobilizações, ver Figuras 07 e 08:

**Figura 07:** Dia de Ação contra Belo Monte\dezembro2011

Fonte: Perfil @xinguvivo. Disponível em: <[twitter.com/xinguvivo](https://twitter.com/xinguvivo)> Acesso em: 05 jan. 2012.

**Figura 08:** Campanha Belo Monte com meu dinheiro não\dezembro2011

Fonte: Perfil @xinguvivo. Disponível em: <[twitter.com/xinguvivo](https://twitter.com/xinguvivo)> Acesso em: 05 jan. 2012.

Percebemos que a mobilização pela esfera pública digital possibilita que as pessoas e as entidades envolvidas vivam uma circularidade de comunicação, ou seja, alimentando a sociedade de informações e cobrando das instituições responsáveis atitudes em torno do assunto em debate. As ações desenvolvidas na sociedade em rede oportunizam fortalecer as atividades no mundo offline.

A junção entre cibernética e espaço urbano gera um outro lócus, denominado por Castells (2013, p. 161) de espaço da autonomia, considerando que só se pode garantir autonomia pela “capacidade de se organizar no espaço livre das redes de comunicação, mas, ao mesmo tempo, ela pode ser exercida como força transformadora, desafiando a ordem institucional disciplinar, ao reclamar o espaço da cidade para seus cidadãos”.

Os movimentos realizados com apoio da internet e das mídias sociais são autorreflexivos, na linha de pensamento de Castells, pois manifestam-se no processo de deliberação das assembleias, mas também em “múltiplos fóruns da internet, assim como numa miríade de blogs e grupos de discussão nas redes sociais” (2013, p. 164). O que pode ser percebido no perfil @xinguvivo, em que suas informações, ações e mensagens são tangenciadas para outros espaços de discussões, gerando maiores possibilidades de conhecimento da sociedade como um todo. A discussão não se restringe ao local, mas ganha espaço desterritorializado.

Os movimentos sociais em rede de nossa época são amplamente fundamentados na internet, que é um componente necessário, embora não suficiente, da ação coletiva. As redes sociais digitais baseadas na internet (destacamos o Twitter, grifo nosso) e nas plataformas sem fio são ferramentas decisivas para mobilizar, organizar, deliberar, coordenar e decidir. Mas o papel da internet ultrapassa a instrumentalidade: ela cria as condições para uma forma de prática comum que permite a um movimento sem liderança sobreviver, deliberar, coordenar e expandir-se. (CASTELLS, 2013, p. 167).

Denominamos esse novo sistema de flexível e variado, pois cada vez mais há a inclusão de todas as mensagens enviadas, possibilitando aos novos meios de comunicação uma integração mais abrangente de todas as suas fontes num mesmo canal. Logo, a comunicação digital tornou-se menos organizada centralmente, mas absorve uma parte crescente da comunicação social.

É comunicação de massa porque é difundida em toda a internet, podendo potencialmente chegar a todo planeta. É autocomandada, porque geralmente é iniciada por indivíduos ou grupos, para eles próprios, sem a mediação do sistema de media. A explosão de blogues, vlogues (vídeo-blogues), *podding*, *streaming*, outras formas de interactividade. (CASTELLS, 1999, p. 23-24).

Na teoria e, em parte da prática, qualquer pessoa com um celular com acesso a internet pode divulgar acontecimentos *online*, que rapidamente se espalham e viram notícias. O que não significa dizer que seja democrática ou inclusória.

## BREVES REFLEXÕES

O presente artigo não é um produto final, mas uma análise de três meses de investigação (período singular das definições do empreendimento e do recrudescimento dos protestos), em que acompanhamos os movimentos produzidos no perfil @xinguvivo, criado com a finalidade de ecoar e provocar reflexões na sociedade sobre a construção

do Complexo Hidrelétrico de Belo Monte, no município de Altamira no estado do Pará ou na Amazônia paraense. Constatamos que suas ações têm gerado impactos e uma atenção maior na repercussão de notícias sobre a usina.

A internet e as mídias sociais passam a se constituir em importantes esferas de debates públicos, em que o local tem condições de se tornar visível ao global, pois o espaço físico se desterritorializa e a ‘questão em foco’ ganha a adesão de sujeitos sociais que se encontram distante política, econômica, social e geograficamente do projeto.

A partir da criação do Twitter @xinguvivo a sociedade tem sido alimentada com constantes informações, de diferentes perspectivas, especialistas, instituições, moradores do entorno do projeto e demais estudiosos tem se manifestado com relação a obra. Os fatos demonstram que as decisões sobre o processo de implantação do complexo hidrelétrico são conflituosas, já que quase constantemente é paralisado, seja pela justiça ou por ações dos envolvidos e dos próprios operários.

Por mais que possa parecer tímida as ações do coletivo, constatamos a construção de um contrapoder pela divulgação das informações, ou, de acordo com as análises de Castells (2013, p. 10), “a capacidade dos atores sociais desafiarem o poder embutido nas instituições da sociedade com o objetivo de reivindicar a representação de seus próprios valores e interesses”.

A comunicação se configura como o processo de compartilhar significado pela troca de informações. Para a sociedade em geral, afirma o estudioso espanhol, a principal fonte da produção social de significado é o processo da comunicação socializada. Ou melhor, o perfil @xinguvivo mobiliza a sociedade pelas informações, comunicando toda e quaisquer atividades pertinentes a execução do complexo Hidrelétrico de Belo Monte.

## REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

CASTELLS, M. *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

\_\_\_\_\_. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

- CASTORIADIS, C. *A instituição imaginária da sociedade*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1981.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- GIL, A. C. *Como Elaborar projetos de pesquisa*. 4º ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- HERNANDÉZ, F.; MAGALHÃES, S. Ciência, cientistas e democracia desfigurada: o caso Belo Monte. *Novos Cadernos NAEA*, Belém, v.14, n. 1, jun. 2011. p. 79-96.
- LEMONS, A.; LEVY, P. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia*. São Paulo: Paulus, 2010.
- PINTO, L. F. Belo Monte: a Usina que virou monstro. *Nosso Futuro Roubado*. Disponível em: <<http://www.nossofuturoroubado.com.br/portal/noticias/belo-monte-a-usina-que-virou-um-monstro-artigo-de-lucio-flavio-pinto>>. Acesso em: 5 set. 2013.
- \_\_\_\_\_. *Tucuruí: a barragem da ditadura*. Belém: Edição Jornal Pessoal, 2011.
- RECUERO, R.; ZAGO, G. Em busca “das redes que importam”: redes sociais e capital social no twitter. Belo Horizonte: Compós, 2009. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - COMPÓS, 19, 2009. Belo Horizonte. *Anais...* Compós, 2009. Disponível em: <[http://compos.org.br/data/biblioteca\\_2072.pdf](http://compos.org.br/data/biblioteca_2072.pdf)> Acesso em: 10 jun. 2013.
- SEIXAS, F. Micro-blogging. In: SPYER, J. (Org.). *Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede*. S.l.: NãoZero, 2009. p. 45. Disponível em: <http://stoa.usp.br/oerworkshop/files/1333/7925/Para+entender+a+Internet.pdf> Acesso em: 20 ago. 2013.
- WEBER, Max. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Brasília: Editora Universidade de Brasília: São Paulo: Imprensa Oficial do estado de São Paulo, 1999.

## NOTAS

1. Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia foi criada através da Lei 5.173 de 27.10.66, em substituição a Superintendência do Plano de Valorização Econômica da Amazônia - SPVEA (Lei 1.806 de 06.01.1953). Autarquia federal, que tem como objetivo planejar o desenvolvimento da Amazônia Legal, área correspondente a 61% do território brasileiro, abrangendo os Estados do Acre, Amapá, Amazonas, Maranhão, Mato Grosso, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins. Administra a política de incentivos fiscais para a Amazônia, priorizando setores estratégicos da economia Regional.
2. O PAC é um programa implementado pela União, através do Decreto 6.025, de 28 janeiro de 2007, no segundo governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, e engloba um conjunto de políticas econômicas prevendo investimentos em áreas como saneamento, habitação, transporte, energia e recursos hídricos, entre outros ([www.brasil.gov.br](http://www.brasil.gov.br)).
3. O perfil neste momento está desativado por falta de estrutura do Movimento para manter as postagens.
4. Na década de 1970 foram lançados os seguintes projetos: Jari, pelo norte americano Daniel Ludwig que incluía a Cadam, primeira fábrica de caulim da Amazônia e também a fábrica de celulose; o Projeto Grande Carajás, para exploração de minérios na região, considerada a mais rica do mundo, contendo minério de ferro de

alto teor, ouro, estanho, bauxita, manganês, níquel e cobre. Em seguida, para gerar energia elétrica que atendesse aos projetos de extração mineral e à industrialização da região, principalmente ao distrito Industrial de alumínio em Barcarena e ao projeto Grande Carajás, o governo federal lança a usina Hidrelétrica de Tucuruí, quarta maior do mundo.

5. Uma das organizações que originou o Instituto Socioambiental, que incorporou o patrimônio material e imaterial de 15 anos de experiência do programa Povos Indígenas no Brasil, do CEDI e o Núcleo de Direito Indígenas (NDI), de Brasília. Organizações de atuação reconhecida nas questões dos direitos indígenas do Brasil.
6. Formados por antropólogos, sociólogos, biólogos, engenheiros elétricos e mecânicos, economistas, geógrafos, especialistas em energia, ecólogos, ictiólogos, hidrólogos, etnólogos, zoólogos, cientistas políticos e pesquisadores da área de saúde pública e da assistência social.
7. Estudos de Impacto Ambiental (EIA) tem mais de 20 mil páginas, distribuídos em trinta e seis volumes produzidos pela empresa Leme. Ele somente foi disponibilizado para a sociedade vinte dias antes de iniciar as audiências públicas. O documento pode ser acessado no site do Ibama ( [www.ibama.gov.br](http://www.ibama.gov.br)).
8. Informações divulgadas pela Reuters Brasil em 29 de janeiro de 2014. Disponível em: <http://br.reuters.com/article/topNews/idBRSPEA0S4QW20140129> Acesso em 02/02/2014
9. Informações divulgadas pelo Grupo Estado, em parceria com a Reuters em 7 de fevereiro de 2014, Disponível em: <http://noticias.r7.com/economia/consorcio-de-brasileiras-e-chinesa-vence-leilao-de-belo-monte-07022014> Acesso em 10/02/2014.
10. Um mashup é um website ou uma aplicação web que usa conteúdo de mais de uma fonte para criar um novo serviço completo. (WIKIPÉDIA, 2009).
11. Maior empresa latino-americana de pesquisa de mídia, o IBOPE Media é especialista nas soluções de audiência e monitoramento de meios de comunicação, estudos sobre hábitos e atitudes dos consumidores e serviços analíticos para subsidiar decisões de negócios de mídia. Possui operações em 15 países da América Latina. O IBOPE Media tem ampla presença na América Latina e detém a liderança incontestada em medição de audiência no Brasil, onde possui 14 escritórios regionais nas principais capitais. No total, o IBOPE Media atua em 12 países - Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai, além de possuir um escritório comercial em Miami. Informação disponível > <http://www.ibope.com.br/pt-br/ibope/quemsomos/unidadesnegocio/ibopemedia/paginas/ibope-media.aspx>. Acesso em: 10 fev 2014 >
12. Informações disponíveis em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/03/twitter-faz-8-anos-microblog-revela-numeros-sobre-o-brasil-e-o-mundo.html>. Acesso em 22 mar. 2014.
13. Tags são palavras-chave relevantes, e no twitter são precedidas do símbolo #, sendo denominadas de hashtags que designam o assunto que está sendo discutido em tempo real nesta mídia social e se transformam em hiperlink que podem ser indexáveis aos mecanismos de busca.
14. #OccupyWallStreet, movimento de protesto contra a desigualdade econômica e social e o comportamento do setor financeiro americano, iniciado em setembro de 2011, em Manhattan - Nova York, e que se espalhou por diversas cidades americanas.
15. <http://www.movimentogotadagua.com.br/assinatura>. Participam do projeto os atores Sérgio Marrone, Ary Fontoura, Bruno Mazzeo, Carol Castro, Ingrid Guimarães, Isis Valverde, Juliana Paes, Cissa Guimarães, Claudia Ohana, Dira Paes, Letícia Sabatella, Maitê Proença, Elisângela Vergueiro, Eriberto Leão, Guilhermina Guinle, Marcos Palmeira, Murilo Benício e Nathalia Dill.
16. Foi dirigido por Marcos Prado, que produziu o filme “Tropa de Elite”. O vídeo foi divulgado em 15 de novembro e contrapõe informações difundidas pelo governo como, por exemplo, de que a usina será benéfica para o país e necessária para evitar futuros apagões. Também foi inspirado na proposta do “Five Friends - Vote”, produzido por Leonardo DiCaprio, Appian Way Productions, e produzido por Steven Spielberg em outubro de 2008. Pode ser acessado em [http://www.youtube.com/watch?v=KyaS\\_OzuL8o](http://www.youtube.com/watch?v=KyaS_OzuL8o)
17. A petição alcançou níveis de mobilização e cyber ativismo inéditos no país. Em pouco mais de 48 horas, 500 mil pessoas já haviam assinado o documento.

18. Primavera Árabe; as revoluções na Tunísia, no Egito e em outros países do Oriente Médio e do norte da África; as revoltas na Islândia; os indignados na Espanha e o Occupy nos Estados Unidos

Artigo recebido: 22 de outubro de 2015

Artigo aceito: 02 de dezembro de 2015