

O pássaro que ruge

Jadyr Pavão Júnior e Rafael Sbarai

O locutor esportivo mais conhecido do Brasil foi alvo da campanha "Cala boca Galvão" no Twitter, que mostrou até onde a rede de 140 caracteres pode levar um assunto: o mundo

Joel Silva/Folhapress



"SALVEM O GALVÃO"

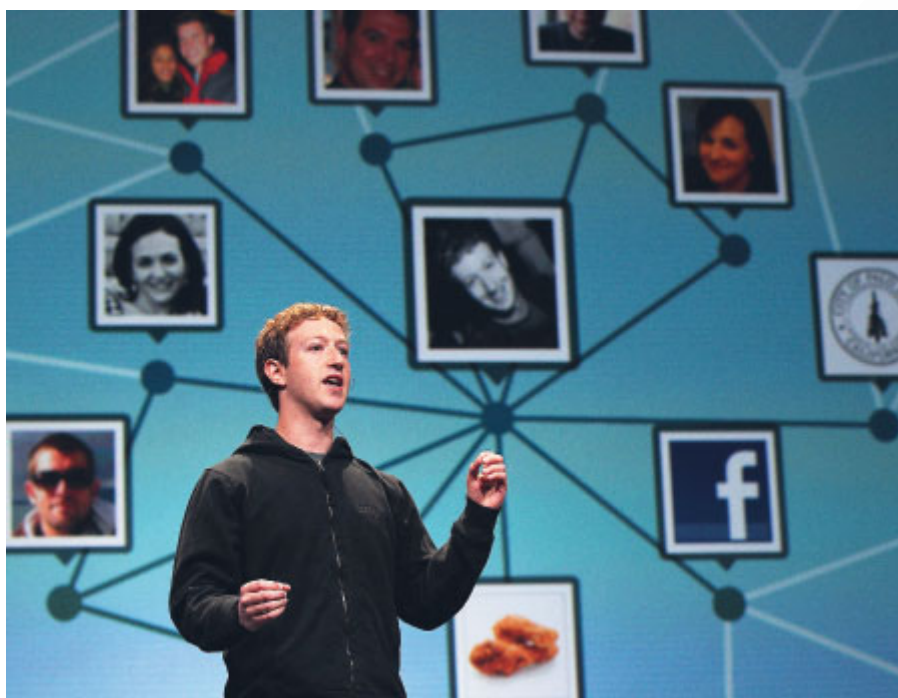
Imagem do vídeo que se seguiu à frase do Twitter: grandes jornais e sites de notícias se interessaram pelo assunto

Ferir com palavras, pondo para circular histórias falsas com o objetivo de irritar ou destruir alguém, é uma prática tão antiga quanto a história humana. A humanidade viajava ainda à velocidade de 16 quilômetros por hora das carroças, mas as notícias ruins e fofocas já pareciam ter asas. As línguas de trapo mal esperavam o conquistador romano Júlio César, talvez o mais celebrado general e estadista de todos os tempos, sair de Roma para começar seu trabalho de intriga e destruição. Conforme registrou o historiador Gaius Suetonius Tranquillus, morto por volta do ano 122 da era cristã, o patriciado "punha para circular histórias" dando conta de que César arrancava todos os pelos do corpo com pinças e era chamado de "marido de todas as esposas e esposa de todos os maridos". Foi assim antes com gregos, macedônios e egípcios. As maledicências continuaram viajando mais rápido na Idade Média, durante e depois da Revolução Industrial. O que há de novo nesse campo? A internet. Se já voavam de ouvido em ouvido, as fofocas e falsidades ganharam o dom da instantaneidade com os milhões de computadores, celulares e tablets de todo o planeta interconectados por uma rede em que, pela primeira vez na história, todas as máquinas se comunicam na mesma linguagem, sem incompatibilidades nem fronteiras.

A fofoca digital pode criar verdadeiros tsunamis que chicoteiam o globo jogando as opiniões de milhões de pessoas de um lado para o outro. Antes que alguém possa verificar a verdade de um fato, sua versão ou versões já se tornaram o fenômeno. O caso que engolfou o locutor Galvão Bueno, a voz oficial das Copas do Mundo e das Olimpíadas nas transmissões da Rede

Globo, é uma amostra do poder dessas novas correntes de pensamento criadas na internet. "Cala a boca, Galvão" era uma tirada que já circulava por aí fazia anos. Há pouco mais de uma semana, contudo, ela ganhou o mundo. Postada por usuários no Twitter, a rede social de troca de mensagens de até 140 caracteres, a frase CALA BOCA GALVAO - assim mesmo, em letras maiúsculas, sem vírgula e sem acento - virou hit e se manteve entre os dez assuntos mais comentados do serviço da internet durante toda a semana. Os brasileiros aumentaram a fervura, atribuindo sentidos absurdos à frase: segundo uma das versões, em português, cala boca significaria salve, e galvão, o nome de um pássaro em extinção. Alguns dos maiores sites e jornais do mundo, como o *The New York Times*, tentaram decifrar a brincadeira, e assim a difundiram ainda mais.

Justin Sullivan/Getty Images



O CONCORRENTE

Mark Zuckerberg, do Facebook: empate com o Twitter no Brasil em número de visitantes únicos

Nascido em 2006 como ferramenta para facilitar a troca de mensagens de trabalho via celular, o Twitter teve uma vida discreta por aproximadamente um ano, até que, durante um festival de música americano, percebeu-se que ele não precisava ficar restrito às empresas. Durante o evento, o número de posts diários saltou de 20 000, em média, para 60 000. Uma luz se acendeu na cabeça de seus criadores - jovens empreendedores do Vale do Silício, na Califórnia, com o programador Biz Stone à frente. A ideia das mensagens curtas não era propriamente uma novidade: os torpedos de celular (SMS) já permitiam apenas 160 caracteres. Mas ao adotar o slogan "O que você está fazendo?" o Twitter se apresentou como uma ferramenta que oferecia algo diferente: um canal para as pessoas dizerem ao mundo o que sentem, pensam ou fazem no exato momento em que teclam. A outra característica crucial do Twitter era permitir que aqueles que de outra forma jamais se aproximariam se ligassem numa rede de seguidos e seguidores. Inicialmente, o esforço para acumular seguidores tinha ares de brincadeira. Ostentar um grande número de fãs era um galardão vazio. Mas, no começo de 2009, quando o ator Ashton Kutcher e a rede de TV CNN disputaram tweet a tweet quem atingiria antes a marca de 1 milhão de seguidores (ele venceu), já estava claro que o Twitter não precisava ser apenas um amplificador de vaidades e irrelevâncias.

Atualmente, há 105 milhões de usuários do Twitter espalhados pelo mundo. Todos os dias, 600 milhões de buscas e 65 milhões de mensagens movimentam a rede. Por mês, são 190 milhões de visitas únicas. Esses números fazem do Twitter a segunda maior rede social do planeta,

atrás do Facebook, com mais de 400 milhões de pessoas (a rede Qzone tem 310 milhões de usuários, mas só na China, em mandarim). No Brasil, a ferramenta é vice-campeã em número de acessos, ao lado do Facebook, com 10,7 milhões de visitantes únicos ao mês, atrás do Orkut, com 26,9 milhões.

A sede do Twitter, em São Francisco, reúne um pequeno corpo de funcionários: 175. Como tantas iniciativas revolucionárias da internet, o modelo de negócio da empresa ainda não está claro. Gigantes da web já tentaram "abocanhar o passarinho", símbolo do Twitter. Em 2008, o Facebook teria posto sobre a mesa de seus donos uma oferta de meio bilhão de dólares. Um ano depois, foi a vez do Google. Biz Stone explicou por que as ofertas foram recusadas: "O Twitter está focado em desenvolver novas funcionalidades e em permanecer independente". Em 2009, a empresa fechou as contas no azul graças a uma parceria com Microsoft e Google. Pelo acordo, avaliado em 25 milhões de dólares, as gigantes passaram a incluir tweets nos seus resultados de buscas na web.

AFP



DESAFIO AOS AIATOLÁS

A iraniana Neda Agha-Soltan é baleada durante protesto em Teerã: o Twitter ajudou os manifestantes a expor a repressão

Em quatro anos, o Twitter já provocou impactos na política, nos negócios, na cultura do entretenimento. O exemplo mais extraordinário de suas potencialidades deu-se há um ano, nas eleições iranianas. Em repúdio à reeleição do presidente Mahmoud Ahmadinejad, alinhado com o regime ditatorial dos aiatolás, uma fatia da população recorreu à rede para denunciar fraudes na apuração, organizar protestos nas ruas de Teerã e divulgar imagens da repressão policial. O movimento chegou a ser saudado como "revolução do Twitter". "Numa rede como essa, a voz das pessoas comuns ganha enfim dimensão pública", diz Tim Hwang, do Web Ecology Project, centro de estudos sobre a internet da Universidade Harvard.

O Twitter também se mostrou eficaz num contexto político democrático. Nas eleições americanas de 2008, o então candidato democrata Barack Obama fez uso da ferramenta para mobilizar a militância, arrecadar fundos e conquistar novos eleitores. No Brasil, os três principais candidatos à Presidência - José Serra, Dilma Rousseff e Marina Silva tuitam. "Todos os políticos brasileiros vão querer ser o Obama da eleição deste ano", vaticina Alex Primo,

pesquisador de redes sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Com base nos dados do IBGE e do Comitê Gestor da Internet no Brasil, o consultor em marketing digital Cláudio Torres calcula que 18% do eleitorado é formado por jovens entre 18 e 24 anos com acesso à internet - e, portanto, expostos às campanhas on-line.

O mundo empresarial já abraça o Twitter, uma ferramenta poderosa para anunciar e interagir com os consumidores. Uma pesquisa realizada em fevereiro com companhias americanas reflete a tendência. Segundo a Society for New Communications Research, mais de um terço das 500 maiores empresas listadas pela revista *Fortune* usa o Twitter de forma consistente. Companhias de diversos segmentos utilizam a rede para se relacionar com o seu público de forma mais íntima e instantânea, além de oferecer promoções exclusivas aos seus seguidores. O ator Ashton Kutcher, que, antes de bater a CNN, era mais conhecido como o namorado bonito da atriz Demi Moore, foi outro que aprendeu a fazer negócios no Twitter. Ele dominou tão bem a arte de falar com seguidores em 140 caracteres que se tornou uma espécie de guru. Abriu uma consultoria, a Katalyst, voltada às novas mídias.

No campo do entretenimento, o Twitter transforma anônimos em famosos e abre novos horizontes para os célebres. No Brasil, quem despontou graças aos microposts foi Tessália Serighelli de Castro, que até adotou o apelido Twittess em homenagem à mãozinha recebida do Twitter. Colecionadora de 60 000 fãs quando ainda era anônima, ela foi convidada pela Globo para participar do *Big Brother Brasil 10*. O âncora do *Jornal Nacional*, William Bonner, está no segundo time, dos usuários que, já célebres, abriram uma nova seara na rede. Ele aumentou sua claqué de seguidores à base de comentários fortuitos sobre o noticiário, recados para a mulher, Fátima Bernardes, e consultas como: "Que gravata usar na próxima edição do *Jornal Nacional*?". As mensagens curtas se mostraram propícias a bate-bocas inusitados. Na semana passada, em um de seus monólogos radiofônicos, o ditador venezuelano Hugo Chávez jurou que Ricky Martin era um chavista. O cantor acionou imediatamente seu 1,2 milhão de seguidores para desmentir o coronel. O ex-menudo ainda emendou, usando uma hashtag, marcação típica do Twitter: "# free Venezuela". ("Libertem a Venezuela").

Em boa parte do tempo, o Twitter é uma espécie de vuvuzela da internet, que apenas amplifica o nada. Mas, por sua velocidade, mobilidade e alcance, é uma plataforma que, em certas circunstâncias, parece "dar poder ao homem comum", como gostam de dizer alguns teóricos. "É como se cada indivíduo tivesse seu próprio meio de comunicação", diz o sociólogo francês Michel Maffesoli. Empresas e celebridades já se viram em apuros por causa do Twitter. Formou-se um certo conhecimento sobre como agir nessas situações. No episódio do CALA BOCA, a Globo mobilizou artistas de seu elenco acostumados a usar a rede para que defendessem Galvão Bueno. Na terça-feira, dia da estreia do Brasil na Copa, a emissora fez com que Galvão falasse do episódio numa entrevista. Ele disse aceitar tudo como brincadeira, e isso minimizou os danos à sua imagem. Mas o passarinho do Twitter deixou sua marca no ombro do locutor.

Bem, amigos...

Divulgação

Desde 1978, quase todas as glórias e tristezas do esporte brasileiro chegaram aos olhos, ouvidos e corações dos telespectadores pela narração rascante, emocionada e ufanista do locutor carioca Carlos Eduardo dos Santos Galvão Bueno, que está às vésperas de completar 60 anos. Fosse a conquista do pentacampeonato mundial de futebol de 2002 - quando transmitia os gols de Ronaldo, Ronaldinho e Rivaldo multiplicando os erres até não poder mais, uma de suas marcas registradas -, a morte na pista, em 1994, de seu amigo Ayrton Senna, cujos 41 triunfos ele anunciava ao som do Tema da Vitória, ou as medalhas olímpicas do vôlei, lá estava no ar a voz mais ouvida do país.



Dono de uma audiência cativa, Galvão Bueno é tão admirado que em qualquer estádio em que esteja presente são desfraldadas faixas nas arquibancadas com seu nome. E ao mesmo tempo tão achincalhado - nos jogos, na imprensa, nos programas humorísticos, na internet - que teria todos os motivos do mundo para andar de mau humor. Ele acha graça de tudo, sempre sorridente, falando sem parar, cheio de si, dono da verdade, a começar pelo episódio da campanha "Cala boca Galvão".

A VOZ DO BRASIL

Com façanhas marcantes e gafes inesquecíveis, Galvão Bueno é, há mais de trinta anos, o narrador esportivo número 1 do país

Capaz de narrar com precisão qualquer esporte, dono de timbre impecável e raciocínio rápido, Galvão é autor de façanhas como a de pedir aos telespectadores que piscassem as luzes de casa durante os jogos que passavam de madrugada na Copa de 2002, realizada na Coreia do Sul e no Japão. O país inteiro virava um vaga-lume. Só um personagem com seu poder, em uma emissora como a Globo, poderia provocar uma reação desse tamanho. Mas, da mesma forma que se orgulha disso, ele lamenta alguns momentos constrangedores que protagonizou. Dois ficaram para a história. Um foi seu grito esganiçado, quase histérico, "é tetra, é tetra!" em 1994, ao lado de Pelé e do comentarista de arbitragem Arnaldo César Coelho. O outro aconteceu na Copa de 1974, quando narrou por um pool de três emissoras paulistas, diretamente de um estúdio brasileiro, a partida entre Alemanha Oriental e Austrália pensando que estivessem jogando Bulgária e Suécia. Só percebeu o desastre depois que as imagens transmitidas da Alemanha mostraram no placar do estádio quais seleções de fato estavam em campo. Apreciador de vinhos de qualidade, lançará em agosto um tinto e um espumante gaúchos com seu nome. Com um salário estimado em 1 milhão de reais por mês, Galvão mora a maior parte do tempo em Mônaco, mas tem também endereços no Rio de Janeiro e em Londrina (PR), cidade de sua segunda mulher. Acusado de ufanismo, tira a referência de letra, como fez no caso do Twitter. "Sou um torcedor-narrador, e daí?", responde. "Meu trabalho é passar emoção a quem está em casa." Bem, amigos, o homem é mesmo um prodígio.

QUEM SE DEU BEM

140



William Bonner

O tio do Twitter – O jornalista ganhou popularidade ao adotar um estilo descontraído, contrário ao sisudo exibido no *Jornal Nacional*
<http://twitter.com/realwbonner/status/16185831011>

Tweet

Ashton Kutcher

O popular – O ator soube expor sua privacidade em doses que agradaram aos usuários da rede, exibindo por exemplo as "qualidades" de sua mulher, a atriz Demi Moore
<http://twitter.com/aphusk/status/14264688017>

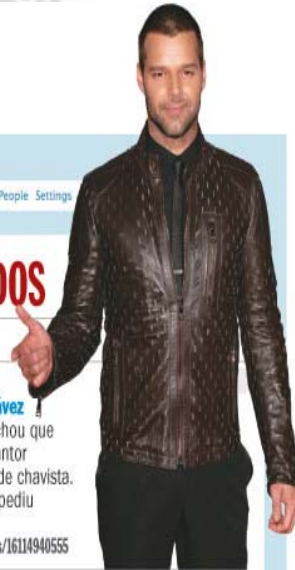


Tessália Serighelli

A carente – Figurinha conhecida da rede, com uma legião de fãs, foi recrutada pela Rede Globo para fazer parte do *BBB 10*
<http://twitter.com/twitless/status/16317737044>

ENCONTROS INUSITADOS

Home Profile Find People Settings



Ricky Martin X Hugo Chávez

O presidente da Venezuela achou que conquistaria a amizade do cantor porto-riquenho ao chamá-lo de chavista. O ex-Menudo o desmentiu e pediu liberdade aos venezuelanos
http://twitter.com/ricky_martin/status/16114940555



Xuxa X Mundo

A rainha dos baixinhos tentou justificar um deslize ortográfico da filha, Sasha, alegando que a menina fora alfabetizada em inglês. Sofreu críticas e acabou "expulsa" da rede
<http://twitter.com/xuxameneghel/status/3548933995>



Barrichello X Vesgo

O Repórter Vesgo, do *Pânico na TV*, irritou Rubens Barrichello ao dizer que até na busca do Google o corredor de F1 ficava em segundo lugar. Rubinho disse que Vesgo era um "humorista meia-boca"
<http://twitter.com/rubarrichello/status/3128710763>



Cronologia do "CALA BOCA GALVÃO"

Como a brincadeira brasileira virou hit viral no Twitter e assunto de jornais e TV



Número de vezes que a frase foi tuitada (Jun.)



A utilização deste artigo é exclusiva para fins de

E só se fala nisso

Como uma simples mensagem vira uma conversa global entre usuários do Twitter

1 RECADO

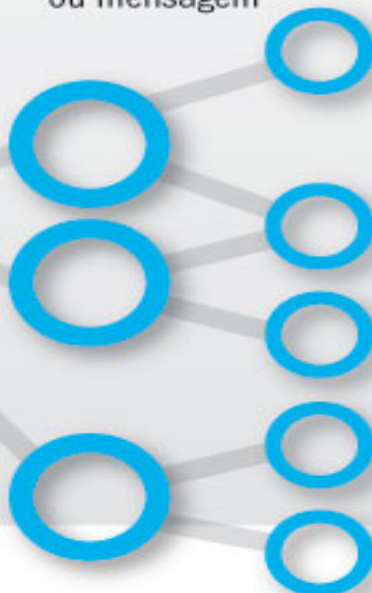
A cada segundo, 600 mensagens (tweets) são postadas na rede de microblogging.

Ao escrevê-las, cada usuário pode ou não filiá-las a determinado tópico, identificado por meio do sinal “#” (hashtags). O uso das hashtags é uma maneira de organizar o conteúdo e facilita sua busca



2 CONVERSA

Uma ou mais pessoas podem: retransmitir uma mensagem (retweet) a seus seguidores; responder ao usuário (reply); citar o usuário ou os termos da mensagem original; e recorrer às hashtags. De todas as formas, estarão difundindo determinada ideia ou mensagem



3 RELEVÂNCIA

As mensagens ganham alcance e relevância quando são propagadas por perfis influentes. São usuários que têm muitos seguidores e agem intensamente em comunidades virtuais, como a cantora Britney Spears, que tem mais de

5 milhões
de seguidores



A utilização deste a

4 VISIBILIDADE

O Twitter monitora todo o tempo os termos mais difundidos na rede e dá visibilidade aos temas emergentes — os chamados trending topics

5 TENDÊNCIA

Ao alcançar o status de trending topic, um assunto fica visível numa lista que é exibida a todos os usuários do serviço, mesmo aqueles que não seguem alguém que já estava envolvido na sua difusão. A partir daí, o tema pode entrar na conversa de toda a rede

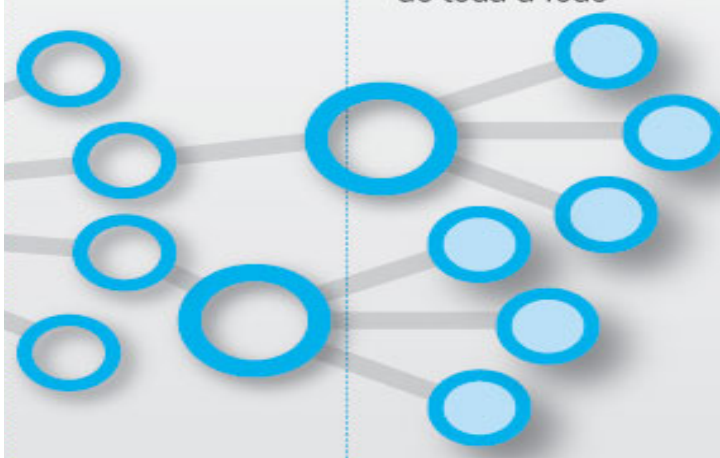


FOTO REX FEATURES

Fonte: Veja, 23 jun. 2010. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br>>. Acesso em: 23 jun. 2010.