

## **Compolítica 2013**

**Muita informação, pouca mobilização: o uso do Facebook por iniciativas civis de democracia digital no Brasil**

**Rodrigo Carreiro, doutorando UFBA (rodrigocarreiro@gmail.com)**

**Graça Rossetto, doutoranda UFBA (graca\_rossetto@yahoo.com.br)**

**Maria Paula Almada, doutoranda UFBA (mariapaula.almada@gmail.com)**

## **Muita informação, pouca mobilização: o uso do Facebook por iniciativas civis de democracia digital no Brasil**

**RESUMO:** Considerando a popularização das redes sociais online e a variedade das ferramentas disponíveis para interação e disseminação de informação, este trabalho busca entender como os *media* sociais estão sendo usados pelas iniciativas civis de democracia digital no Brasil. O objetivo é verificar se tais iniciativas exploram os potenciais interativos da rede social para ampliar seus espaços de participação, ou se a utilizam para outros fins, como repositório de links ou divulgação institucional. Mais especificamente, deseja-se observar como diferentes tipos de projetos (com diferentes objetivos) estão utilizando o Facebook em suas atividades, ou seja, se o uso da ferramenta condiz com o seu propósito de atuação de forma geral. Para tanto, recorreu-se à literatura sobre participação e sua relação com as potencialidades dos *media* sociais, e à análise da atuação de três iniciativas civis de participação brasileiras no Facebook: Meu Rio, Cidade Democrática e Rede Nossa São Paulo. Trabalhou-se com a hipótese de que cada projeto faz um uso diferente do Facebook, seguindo seus propósitos específicos, a fim de reforçar seu campo de atuação e angariar mais cidadãos interessados nos temas em discussão. No total, 305 posts foram contabilizados e categorizados quanto ao seu recorte temático. Ao final, verificou-se que há um predomínio de postagens do tipo informativas, que corroboram com a ideia de que, embora algumas nuances devam ser consideradas, as iniciativas utilizam o Facebook como uma plataforma de distribuição de informação política, e não como forma de gerar mobilização ou divulgação massiva de campanhas de interesse.

**Palavras-chave:** Facebook, redes sociais online, democracia digital

### **1 – Introdução**

Desde a exploração comercial da internet, a literatura em democracia digital tem se concentrado em entender como o novo meio pode ser democrático ou, ainda, como a internet pode ser usada para potencializar valores democráticos. Após o período inicial de pesquisas na área caracterizado pela polarização entre otimistas e pessimistas, os estudos apontam para novas direções, como o horizonte do redesenho institucional do Estado e o papel da sociedade civil diante dos desafios acionados pelas ferramentas digitais de comunicação. Essa proposta está concentrada nesse último ponto, isto é, procura entender como um site de rede social largamente utilizado por cidadãos em todo mundo, o Facebook, pode ser explorado a fim de se tornar uma ferramenta de comunicação relevante dentro dos propósitos democráticos de entidades civis e, com isso, ampliar o alcance das discussões realizadas pelos cidadãos.

No campo teórico e empírico, há poucos estudos com foco em analisar iniciativas civis de participação ou expressão política online, concentrando atenção, sobretudo, em investigar as de origem governamental (BRAGATTO, NICOLÁS e

SAMPAIO, 2012; MEDAGLIA, 2012). Se a ideia é seguir por esse caminho ainda pouco explorado, então nada mais natural atualmente do que abordar as novas práticas e apropriações da internet, que se convencionou chamar web 2.0. Mais precisamente, entender como as redes sociais online podem ser *locus* de discussão política, envolvendo aspectos como compartilhamento de informação, marcação de posicionamento político, ação coletiva, debate, dentre outros (CHADWICK, 2012). Essa abordagem já vem sendo desenvolvida no que diz respeito às eleições, principalmente a partir do fenômeno Obama, em 2008 (GOMES et al., 2009; TEIXEIRA, 2010), mas estão direcionadas a períodos específicos e que se “beneficiam” de maior atenção do público por se tratar de um momento episódico. Mesmo assim, como apontam Susha e Gronlund (2012), trabalhos que tratam da interface política e redes sociais online ainda são escassos no campo da comunicação política.

A escolha do Facebook como objeto de análise se deu por alguns motivos. Primeiramente, ela é a maior rede social online do mundo, com cerca de 900 milhões de usuários, além do que 90,8% dos brasileiros conectados estão em alguma rede social, sendo que a ferramenta que mais cresce – com índice de 27,5% - é o Facebook. Segundo, o brasileiro já passa 6h57min por mês ligado ao Facebook, o maior número dentre todas as redes sociais. Terceiro, em uma pesquisa realizada pela comScore com usuários da rede, cerca de 25% dos entrevistados disseram que se tornaram mais ativos em determinada questão política após discutirem sobre ela no site. Embora o rigor científico recomende cautela e relativização de alguns dados, é possível identificar o potencial do Facebook para discussões políticas e compartilhamento de expressões avulsas, como fotos ou vídeos de forte teor de humor político, por exemplo (EDWARDS e TRYON, 2009).

Com a ferramenta estabelecida, o presente trabalho se concentra em verificar quais os usos políticos que as iniciativas civis de democracia digital do Brasil fazem do Facebook. Para tanto, faz-se uma delimitação de comparação a partir dos propósitos democráticos de cada iniciativa, isto é, descrevem-se brevemente as linhas de ações de tais entidades a fim de gerar parâmetros para a análise final. Dessa forma, foram escolhidas o Meu Rio, Cidade Democrática e Rede Nossa São Paulo, que têm objetivos políticos bem delimitados, porém distintos. A comparação não será realizada entre as três, e sim a partir do que cada uma se propõe individualmente, principalmente levando

em consideração a interação com os cidadãos. Assim, a hipótese geral é de que cada um fará um uso diferente do Facebook, seguindo seus propósitos específicos, a fim de reforçar seu campo de atuação e angariar mais cidadãos interessados nos temas em discussão.

O estudo é baseado num corpus de 305 postagens gerais, coletadas diretamente da *timeline* das três iniciativas, num período de dois meses (fevereiro e março de 2013). Cada publicação foi analisada individualmente e enquadrada em categorias previamente estabelecidas – que foram, em primeira instância, definidas via revisão bibliográfica e, num segundo momento, delimitadas para abranger propósitos políticos distintos: campanhas diversas, mobilização, sondagem de opinião, informações de interesse e motivacional. Além disso, foram observadas a presença de link interno e de link externo, número de compartilhamentos, curtidas e comentários em cada post, a fim de verificar qual a influência desses aspectos na interação final com os cidadãos. –

## **2 – Sites de redes sociais e espaços de articulação política**

Ao falar de redes sociais online a primeira e mais importante distinção a se fazer é entre *media* sociais e sites de redes sociais. Os sites de redes sociais são definidos como serviços web que facilitam a manutenção de perfis públicos ou semipúblicos dentro de um sistema delimitado e através do qual os usuários podem se articular com as listas de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão (BOYD; ELLISON, 2008). Já os *media* sociais são concebidos principalmente como um meio em que pessoas comuns em redes sociais comuns (opostas a redes profissionais, por exemplo) podem criar notícias geradas pelos usuários no seu sentido mais amplo (MURTHY, 2012).

De acordo com Raquel Recuero (2009) uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). Isso significa que o termo “rede” é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social a partir das ligações e relações estabelecidas entre os diversos atores. Desta forma, essa abordagem tem seu foco na estrutura social e não temática, uma estrutura na qual não é possível isolar os atores sociais nem suas conexões. Mais do que isso, essa estrutura faz com que as interações entre os atores sociais sejam, muitas vezes, a matéria-prima das relações e objeto de estudo. As redes sociais online têm como principais características a permissão

de construção de perfil público e articulação em rede de contatos e conteúdo (BOYD e ELLISON, 2008). Além de possibilitar que pessoas conheçam novas pessoas e articulem novas relações, as redes sociais têm o poder de articular e deixar visível suas próprias relações sociais já existentes. Para tanto, exploram diversas camadas de conteúdo a ser compartilhado, como fotos, vídeos, textos, informações pessoais, entre outros. Apesar de cada site ter características específicas, eles convergem na possibilidade de conexão direta usuário-usuário e num sistema baseado em ligação por nichos de temas relacionais dentro de um mesmo ambiente digital. Usabilidade, inteligência coletiva, maleabilidade de dados, pluralidade de vozes e rápido compartilhamento de informações são alguns dos aspectos apontados por Chadwick (2012) como chaves para a construção de relações interpessoais que têm o poder de transformar o meio em oportunidade de expressão política.

Como apontam Susa e Gronlund (2012), trabalhos que tratem da interface política e redes sociais online ainda são escassos no campo da comunicação política. Dentre os que se destacam por essa linha estão os estudos que envolvem discussão política em períodos eleitorais, mais notadamente pesquisas empíricas (WILLIAMS e GULATI, 2008; PARVIAINEN et al, 2012), ou aqueles que se debruçam sobre análises pontuais de eventos políticos de relevância (REIS e BARROS, 2011; TUFEKCI e WILSON, 2012; LIM, 2012).

A verdade é que de modo geral as características mais interativas oferecidas pela Web 2.0<sup>1</sup> aparecem como rica fonte de recursos que podem ser postos a serviço da comunicação política (PARLAMEE; BICHARD, 2012; AGGIO, 2010). A ação de compartilhamento no Facebook ou a replicação de mensagens no Twitter, por exemplo, revelam um alargamento nas relações de contato, partilha ou interação entre os usuários, independente dos mesmos pertencerem a uma mesma rede social. No caso da informação política ela também pode ser transmitida e trocada através de interações sociais, o que parece ter papel importante para o aprendizado político, formação da atitude e comportamento (ZHANG *et al.*, 2010)

Esse diagnóstico parte do pressuposto de que os cidadãos passam a ter acesso a mais informação de forma geral, o que inclui, obviamente, informação de caráter

---

<sup>1</sup> Web 2.0 consiste em uma expressão utilizada para caracterizar a chamada segunda etapa da geração de serviços na Web, cujo principal objetivo é ampliar as formas de produzir e compartilhar informações online (O'REILLY, 2005).

político. Na visão de Bennet e Iyengar (2008), este é o principal impacto da internet sob o campo da comunicação política: para os cidadãos, que, entre outros aspectos, têm oportunidade de preencher melhor seu repertório informativo; para grupos de interesse, que, dentre outras possibilidades, ampliam seus raios de ação a partir da oportunidade de interação em rede; e para os agentes políticos, capazes de organizar novas estratégias de campanha, comunicação direta com seu eleitorado, mobilizar interessados e sondar opinião sobre questões pontuais.

Superando o debate sobre se os sites de redes sociais são bons ou ruins para a política e para a democracia, os estudos empíricos desta área estão começando a formar uma imagem de como esta forma de comunicação pode afetar a participação política (ANCU; COZMA, 2009; GUSTAFSSON, 2012).

Os usos que tanto a esfera política quanto a esfera civil fazem dos sites de redes sociais são explicados, em grande parte, pelas gratificações que os usuários buscam ao utilizarem essas ferramentas (ANCU; COZMA, 2009; QUAN-HAASE; YOUNG, 2010; SAYED, 2011; URISTA *et al.*, 2009). Décadas de pesquisa sobre Usos e Gratificações confirmam a forte conexão entre a seleção dos meios de comunicação e as gratificações que os consumidores buscam. Essa teoria estabelece que a audiência é ativa, o uso dos *media* é orientado por metas, o seu consumo preenche uma variedade de necessidades, e as pessoas têm autoconsciência suficiente para saber e articular suas razões para usar determinadas ferramentas de comunicação (ANCU; COZMA, 2009).

Sobre motivações gerais de uso de sites de redes sociais, Urista et al. (2009) investigaram especificamente o Facebook e o MySpace através da abordagem citada acima. De acordo com os autores, jovens adultos dependem muito dos meios de comunicação online para entretenimento e informação, e eles utilizam os sites de redes sociais para preencher suas vontades e necessidades. As razões pelas quais os indivíduos usam esses sites incluem: comunicação eficiente, comunicação conveniente, curiosidade a respeito dos outros, popularidade e formação e reforço de relacionamentos.

### **3 – Facebook e sua interface política**

Inicialmente, é importante ressaltar que embora o Facebook não tenha sido criado com o propósito de revelar gostos ou intenções políticas dos cidadãos, a ferramenta foi apropriada, dentre outros fatores, dessa forma. Essa noção segue o viés

de trabalho de Salter (2004), que evidencia o estudo das apropriações sociais em detrimento do meio ou das ferramentas em si, como blogs e redes sociais de forma genérica. É o estudo de como o cidadão se apropria da ferramenta (a partir do que ela oferece materialmente) que vai guiar o entendimento do *empowerment* e dos ganhos democráticos.

Por ter *feeds*, o Facebook oferece formas “invasivas” de discussão, ou seja, os temas/posts invadem a *timeline* a partir do compartilhamento dos amigos – e não é preciso acionar determinados temas. Essas e outras características da rede oferecem subsídios para estudos contextuais, que levam em consideração tanto parâmetros materiais quanto fatores sociais para analisar questões políticas de relevância. Zhang et al. (2010) explicam que o envolvimento do cidadão em questões políticas em redes sociais online não é necessariamente um sinal de participação, mas, sobretudo, uma forma de incremento do próprio repertório político – fator este importante do ponto de vista cívico e participativo (BUCY e GREGSON, 2001; GOMES, 2011). Por outro caminho, Kushin e Kitchener (2009) demonstram que discussões em grupos do Facebook podem ser uma maneira de contrapor visões políticas distintas, além de apresentar comentários argumentativos e informativos.

Especificamente sobre o Facebook, Park, Kee e Valenzuela (PARK *et al.*, 2009) conduziram uma *survey* para examinar as gratificações dos usuários de grupos do Facebook e a relação entre as gratificações dos usuários e sua participação política e cívica *offline*. De modo geral a pesquisa revelou que as razões de para participar de grupos no Facebook são, em ordem de importância: (1) socialização; (2) entretenimento; (3) busca por status pessoal; e (4) busca por informação.

Já de acordo com o trabalho de Gustafsson (2012), os membros de partidos políticos afirmaram ter uma conta no Facebook para obter informação do seu partido e discutir política com outros membros do partido. Segundo a pesquisa os entrevistados veem os *media* sociais e os sites de redes sociais como ferramentas valiosas para seu engajamento, especialmente para uma comunicação entre pessoas com interesse em comum. A informação política pode ser transmitida e trocada através da interação social. Sites de redes sociais geram, em certa medida, a discussão interpessoal sobre política, o que acaba levando ao aumento do envolvimento político assim como ao conhecimento factual sobre política (ZHANG, W. *et al.*, 2009).

Sites como o Facebook são usados principalmente para se manter em contato com grupos existentes de amigos e conhecidos, além de aproveitados para aprender

mais sobre os indivíduos que já se conhecem *offline* (BOYD; ELLISON, 2008). Isso faz com que essa ferramenta impulse o foco sobre o capital social e sua capacidade de aumentar a sensação de comunidade, o que aqui destacamos como parte dos objetivos de algumas iniciativas da sociedade civil.

De toda sorte, essas ferramentas têm sido usadas por políticos profissionais, candidatos, organizações da sociedade civil e, sobretudo, governos. Quando o tema é eleições, Williams e Gulati (2008) e Parviainen et al. (2012) projetam estudos que levam em consideração questões como a relação entre rede de amigos e publicação de conteúdo político, ou ainda o desempenho de candidatos durante um período eleitoral específico.

Quando pensamos nos usos a partir das iniciativas civis de democracia digital podemos citar o trabalho de Nermeen Sayed (2011), que busca explorar as razões por trás da utilização ativa dos sites de redes sociais pelos ativistas egípcios no período que precedeu a revolução de 25 de janeiro em uma tentativa de medir o peso dos *media* sociais como plataformas para a mobilização política. As motivações mais fortes do uso político dos sites de redes sociais pelos jovens ativistas foram: (1) Orientação; (2) Vigilância; (3) Conveniência; (4) Estabelecimento de redes de contato; (5) Utilidade social; e (6) Entretenimento.

Utilizar os sites de redes sociais para informação política foi significativamente relacionado à prática política *online*. Quanto mais jovens ativistas eram motivados a expandir suas redes, mais eles usavam essas ferramentas para comunicação política. Quanto mais eles eram guiados por motivos de utilidade social, menos eles praticavam a comunicação política online e mais se interessavam por entretenimento. Isso significa que aqueles que participam *online* já participavam *offline*.

Esse breve panorama denota, dentre outros fatores, a diversificação de métodos de análise do conteúdo gerado no Facebook: análise de métricas, análise de *big data*, análise contextual, análise de conteúdo, dentre outros. São caminhos adotados a partir do propósito pretendido, porém, também revelam metodologias dispersas e emprestadas de outros campos – o que torna, portanto, o trabalho seguinte mais complexo.

#### **4 – Metodologia**

Para avaliarmos se o uso do Facebook pelas iniciativas civis de participação condiz com o propósito de atuação das iniciativas de forma geral, a metodologia foi



desenvolvida a partir da observação do modo como os diferentes tipos de projetos estão utilizando o Facebook em suas atividades. Foram observadas a atuação de três iniciativas já citadas. O Meu Rio é composto por oito integrantes, além de voluntários, parceiros e prestadores de serviço. Trata-se de uma iniciativa cujo objetivo é fazer com que o carioca possa participar efetivamente da construção de políticas públicas da cidade do Rio de Janeiro. Além de ser um meio do cidadão se manter informado sobre o que está em pauta a respeito da cidade, voluntários do projeto acompanham o dia-a-dia da câmara de vereadores e o sítio possibilita ainda que os cidadãos pressionem o poder público através de abaixo-assinados online. A iniciativa “Panela de pressão” permite que o cidadão aponte um problema concernente a cidadã do Rio de Janeiro, receba o apoio de outros cidadãos, e pressione os órgãos públicos responsáveis por aquele problema. A pressão pode ser exercida por e-mail, Twitter ou Facebook.

O Cidade Democrática é uma iniciativa do Instituto Seva (entidade sem fins lucrativos), começou a operar em 2009 e funciona como um fórum. O projeto está voltado para cidadãos e entidades e permite que estes atores criem e divulguem propostas e problemas, recebam apoios para suas propostas e problemas, apontem e compartilhem questões públicas, apoiem propostas e problemas apontados por outros usuários e entidades, façam comentários, perguntas, e deem ideias sobre propostas e problemas.

Por fim, o Rede Nossa São Paulo é integrado por 697 organizações da sociedade civil<sup>2</sup> e conta com o apoio de lideranças comunitárias, empresas, entidades da sociedade civil e cidadãos. A iniciativa, lançada em maio de 2007, é voltada para todos os cidadãos de São Paulo e funciona como articuladora de organizações no sentido de aglutinar de ideias para serem discutidas presencialmente, em reuniões organizadas pelos gerenciadores do projeto. Por isso, o portal tem um caráter informativo e é rico, principalmente, em informações ao cidadão que dizem respeito à cidade de São Paulo.

Estes sites foram escolhidos porque têm objetivos distintos e, por isso, supõe-se que cada um fará um uso diferente do Facebook, seguindo seus propósitos específicos, a fim de reforçar seu campo de atuação e angariar mais cidadãos interessados nos temas em discussão.

---

<sup>2</sup> Para ter acesso à lista completa das organizações que participam do *Rede Nossa São Paulo*: <http://www.nossasaopaulo.org.br/portal/organizacoes>

Todas as postagens de cada uma das três iniciativas, publicadas em fevereiro e março de 2013, foram contabilizadas<sup>3</sup>. Assim, foram analisados 305 *posts*: 51 do Cidade Democrática, 115 do Rede Nossa São Paulo e 139 do Meu Rio. Verificou-se (1) a quantidade de postagens durante este período, (2) o número de curtidas de cada postagem, (3) compartilhamentos e (4) comentários. Além disso, foram analisados elementos de postagem, que caracterizam o *post*, como a presença de (5) elementos temporais, (6) *links* externos, (7) *links* para páginas da iniciativa, (8) marcação de autoridades<sup>4</sup>, (9) imagens e (10) vídeos.

Os *posts* foram também classificados quanto ao seu recorte temático a partir das seguintes categorias: (1) *Campanhas Diversas*: postagens que promovem campanhas de interesse, próprias ou não, como petições ou reivindicações pontuais, agenda, publicações que tratam de eventos realizados pela instituição; (2) *Mobilização*: *posts* que tratam de mobilizações, presenciais ou não, e que necessitam da participação dos cidadãos, participação esta que, na maior parte das ocasiões, exige mais que apenas um *click*; (3) *Sondagens de Opinião*: postagens que convocam os cidadãos a opinarem sobre determinadas questões; (4) *Informações de interesse/notícias*: *posts* que tratam de temas que tangenciam o interesse principal da iniciativa; (5) *Motivacional*: compartilhamento de valores e chamada para reflexão.

Assim, a hipótese geral deste trabalho é de que (H1) *as iniciativas usam o Facebook de acordo com seus propósitos democráticos*. Como se trata de propósitos distintos, para adequar a hipótese às iniciativas analisadas, esta se dividiu em três, de modo que:

(H1a) *Por se tratar de uma rede de abaixo-assinados online, o Meu Rio usa o Facebook para atrair pessoas para assinarem seus abaixo-assinados. Logo, deve ter mais posts na categoria mobilização e campanhas diversas.*

(H1b) *Por se tratar de um portal informativo, a maior parte dos posts do Rede Nossa São Paulo é classificada como informações de interesse/notícia.*

(H1c) *Por se tratar de um fórum colaborativo, o Cidade Democrática tem mais posts de mobilização e campanhas diversas.*

---

<sup>3</sup> Os *posts* de fevereiro foram contabilizados e categorizados na primeira semana de março (4 a 10 de março). Do mesmo modo, os *posts* de março foram contabilizados e categorizados na primeira semana de abril (1 a 7 de abril).

<sup>4</sup> Figuras públicas, empresas, entidades, etc.

O objetivo é que, após a análise, seja possível verificar como as iniciativas estudadas utilizam o Facebook quando relacionado à política e a seus objetivos de ação civil.

## **5 – Resultados e discussão**

O caminho traçado até aqui visou, de maneira macro, a verificação dos tipos de usos que iniciativas civis de democracia digital fazem do Facebook, levando em consideração seus propósitos democráticos distintos. Além disso, para aprofundar a questão e tentar entender a dinâmica desses processos, realizamos correlações estatísticas e referências cruzadas.

De modo geral, chama a atenção os poucos comentários encontrados nas postagens. Mesmo com repercussão verificada nas outras formas de interação (curtir e compartilhar), contabilizar os comentários não pode ser um indicativo de participação ou debate político. Dentre as três páginas e os 305 *posts* analisados, a postagem que obteve o maior número de comentários (76) pertence ao Meu Rio. Além disso, foi comum encontrar mensagens que obtiveram nenhum comentário ou poucos. Somente no Meu Rio, 104 postagens continham até 10 comentários, isto é, cerca de 75%. A lógica se repete entre as outras duas iniciativas. Dessa forma, verifica-se que o debate público dos temas de interesse foi mínimo, embora pudesse ser verificada a repercussão e vontade dos cidadãos em repassar adiante aquelas informações.

Não há diferença significativa com relação ao tipo de *post* e número de comentários, mas alguns indícios podem levar ao incentivo para que cidadãos comentem e debatam os assuntos políticos. De acordo com a tabela 1, os elementos temporais e a presença de imagens estão positivamente relacionados aos comentários. Isso significa que temas “do momento” e que já estejam agendados entre os cidadãos tendem a gerar interesse no debate, mas a intensidade da relação não é forte e, portanto, outros elementos também são necessários para que a discussão deslanche. No que diz respeito às páginas de iniciativas de democracia digital, pode-se dizer que o debate político é ínfimo.

**Tabela 1 – Correlação estatística entre modos de interação (curtidas/compartilhamentos/comentários) e variáveis, entre todas as iniciativas**

		Curtidas	Compartilhamentos	Comentarios
	Pearson Correlation	1	1	1
	Sig. (2-tailed)			
	N	305	305	305
Temporais	Pearson Correlation	,127*	,109	,216**
	Sig. (2-tailed)	,026	,057	,000
	N	305	305	305
link_Externo	Pearson Correlation	-,018	,032	-,066
	Sig. (2-tailed)	,758	,572	,250
	N	305	305	305
link_Interno	Pearson Correlation	-,001	,038	-,024
	Sig. (2-tailed)	,986	,513	,671
	N	305	305	305
Marcacao_Autoridades	Pearson Correlation	,143*	,082	,079
	Sig. (2-tailed)	,013	,155	,170
	N	305	305	305
Presenca_Imagens	Pearson Correlation	,200**	,132*	,127*
	Sig. (2-tailed)	,000	,021	,027
	N	305	305	305
Presenca_Videos	Pearson Correlation	-,067	-,045	-,044
	Sig. (2-tailed)	,242	,438	,444
	N	305	305	305

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Por outro lado, verificaram-se números consideráveis com relação aos compartilhamentos. O ato de compartilhar um conteúdo no Facebook garante que a questão tratada se amplifique, uma vez que ela aparece na *timeline* dos amigos de quem postou. Este estudo não contempla a análise secundária desses compartilhamentos, mas é possível compreender que, mesmo que essas questões não gerem debate, elas repercutem nas subredes de cada indivíduo que o fez. No Meu Rio, 20 postagens obtiveram mais de 100 compartilhamentos, com especial atenção para os da categoria informação. As postagens relacionadas à campanhas diversas e mobilização, que naturalmente denotam uma intenção participativa maior, angariaram juntas mais de 5200 compartilhamentos. Isto é, comparando com a pouca significância de comentários, os compartilhamentos remetem ao esforço do cidadão em tentar amplificar a campanha ou a mobilização requerida, numa tentativa de mostrar aos seus amigos o que pode ser feito para mudar determinada situação política. Já com relação à Rede Nossa São Paulo, as atualizações referentes à categoria informação receberam muito mais compartilhamentos que as outras categorias, porém, como previsto na hipótese geral, a

Rede pretende articulação entre entidades e, para tanto, necessita reverberar as informações de interesse. Neste caso, condiz perfeitamente com o propósito democrático da entidade.

### Imagem 1 – exemplo de post do Meu Rio

**MEU RIO** Meu Rio  
14 de março

O projeto de tombamento da Aldeia Maracanã acaba de ser rejeitado pelo plenário da Câmara dos Vereadores. O projeto precisava de 26 votos favoráveis e recebeu apenas 13.

Votaram NÃO os vereadores: Carlos Bolsonaro (PP), Guarani (PMDB), Jo... Ver mais

**DERROTA.**  
OS VEREADORES NÃO APROVARAM O PROJETO DE LEI QUE GARANTE QUE O HISTÓRICO PRÉDIO DO MUSEU DO ÍNDIO SEJA USADO COMO UM CENTRO DE CULTURA INDÍGENA.  
CLIQUE AQUI E SAIBA COMO VOTARAM OS NOSSOS PARLAMENTARES!

**MEU RIO** GOTA D'ÁGUA

Curtir · Comentar · Compartilhar 151 76 1.291

O dado que foge desse padrão é o pico de compartilhamentos do Cidade Democrática, que pertence à categoria motivacional<sup>5</sup>. Duas das cinco ocorrências obtiveram mais de 100 compartilhamentos. Se comparado às outras iniciativas esse número é pequeno, mas internamente é o maior índice encontrado. Ambas as mensagens

<sup>5</sup> As cinco ocorrências dessa categoria pertencem ao Cidade Democrática.

remetem a situações genéricas da política e evocam o sentimento de participação do cidadão. Uma delas<sup>6</sup> (308 compartilhamentos) apresenta uma imagem com uma cartilha de como influenciar a política, uma espécie de guia para que o cidadão utilize todas as ferramentas digitais a favor da cidadania e da garantia de processos políticos menos corruptos.

A correlação entre a presença de imagens as formas de interação mostra que os *posts* que contém imagens são os mais curtidos, comentados e compartilhados (tabela 1). Nota-se, em contraposição, que as postagens sem apelos visuais atraem menos atenção dos cidadãos. Isso significa que se a intenção de uma mensagem publicada no Facebook é atrair atenção, então as iniciativas devem continuar utilizando imagens. Este expediente tem também a capacidade de dar legitimidade ao tipo de mensagem, isto é, ao publicar foto de uma sessão de plenário ou de uma mobilização, a entidade está mostrando na práticas as ações que realiza. Além disso, imagens de cunho motivacional, como as encontradas no Cidade Democrática, ou graficamente bem desenvolvidas tendem a incentivar o compartilhamento.

A imagem 1 exemplifica bem essa questão. Os *post*, do Meu Rio, apela tanto para o aspecto factual quanto para o fato de que há uma cobertura diária dos acontecimentos da Câmara dos Vereadores da cidade. Além disso, a imagem apresenta uma estética que remete ao tema tratado e chama para que as pessoas cliquem nela, muito embora dê para ler o conteúdo sem precisar fazê-lo. Assim, essa mensagem foi a segunda que obteve mais compartilhamentos de toda mostra e a que mais revelou comentários.

Como mostra a tabela 2, a maioria dos *posts* do *Meu Rio* é voltada para a produção de informações aos cidadãos: são 71 *posts* enquadrados nesta categoria (ou seja, 51,1% dos 139). Em seguida, temos 41 *posts* (29,5%) sobre mobilização, que se preocupam em chamar o cidadão para pressionar vereadores ou o poder público para agirem em relação a uma questão de interesse; 16,5% das postagens (23 *posts*) são de campanhas diversas, enquanto apenas quatro foram classificados como sondagem de opinião, ou seja, buscavam a opinião dos cidadãos em relação a alguma questão específica. Não houve *posts* motivacionais.

O *Cidade Democrática* apresentou o mesmo número de postagens nas categorias campanhas diversas e informação, ambas com 17 cada (32,7% dos 52 *posts* analisados).

---

<sup>6</sup><https://www.facebook.com/photo.php?fbid=390405594390088&set=a.113548045409179.17435.100608420036475&type=1&theater>

Em segundo lugar, foram contabilizados 12 *posts* (23,1%) na categoria mobilização, 5 (9,6%) na categoria motivacional e apenas um (1,9%) na categoria sondagem de opinião. Por fim, a grande maioria dos *posts* do *Rede Nossa São Paulo*, 74,6% (85 dos 114) é informacional. Os 29 *posts* restantes estão distribuídos quase igualmente por três categorias: campanhas diversas, com 11 (9,6%) e mobilização e sondagem de opinião, com 9 cada uma (7,9%). Não houve, assim como no Meu Rio, postagens categorizadas como motivacionais.

Proporcionalmente, o Meu Rio foi a iniciativa que teve mais *posts* de *Campanhas Diversas*, dos 51 deles enquadrados nesta categoria, 45,1% são do Meu Rio (enquanto 33,3% são do Cidade Democrática e 21,6% do Rede Nossa SP). Além disso, o Meu Rio também foi a iniciativa que apresentou maior número de postagens de *Mobilização*, totalizando 66,1% de todos os 62 *posts* desta categoria. Apenas 14 tratavam de *Sondagem de Opinião*. Destes, 64,3% são do RNSP, 28,6% são do meu Rio e apenas 7,1% do Cidade democrática.

A categoria *Informação* é a que contém a maior parte dos *posts*. Das 305 publicações analisadas, 173, ou seja, mais da metade (56,7%), têm o objetivo de informar algo ao cidadão. Destes, 49,1% são do RNSP, 41% do Meu Rio e apenas 9,8% do Cidade Democrática. Se, por um lado, o Cidade Democrática apresenta baixo número de *posts* categorizados como informacionais, é nesta iniciativa que estão todas as postagens categorizadas como *Motivacionais*.

A análise do total de postagens mostra que as categorias com o maior número de publicações foram, em ordem decrescente, a de Informação (que, como já foi dito acima, tem 56,7% de todos os *posts* analisados), seguida das categorias Mobilização, com 62 *posts* (20,3% do total), Campanhas diversas, com 51 *posts* (16,7%), Sondagem de opinião, com 14 *posts* (4,6%) e, por fim, Motivacional, com apenas 5.

**Tabela 2 – Tabulação cruzada entre as iniciativas e as categorias**

**Iniciativa \* Categorias Crosstabulation**

		Categorias					Total	
		Companhas Diversas	Mobilização	Sondagem de Opinião	Informação	Motivacional		
Iniciativa	Meu Rio	Count	23	41	4	71	0	139
		% within Iniciativa	16,5%	29,5%	2,9%	51,1%	0,0%	100,0%
		% within Categorias	45,1%	66,1%	28,6%	41,0%	0,0%	45,6%
	% of Total	7,5%	13,4%	1,3%	23,3%	0,0%	45,6%	
	Cidade Democrática	Count	17	12	1	17	5	52
		% within Iniciativa	32,7%	23,1%	1,9%	32,7%	9,6%	100,0%
		% within Categorias	33,3%	19,4%	7,1%	9,8%	100,0%	17,0%
	% of Total	5,6%	3,9%	0,3%	5,6%	1,6%	17,0%	
	Rede Nossa SP	Count	11	9	9	85	0	114
		% within Iniciativa	9,6%	7,9%	7,9%	74,6%	0,0%	100,0%
		% within Categorias	21,6%	14,5%	64,3%	49,1%	0,0%	37,4%
	% of Total	3,6%	3,0%	3,0%	27,9%	0,0%	37,4%	
Total	Count	51	62	14	173	5	305	
	% within Iniciativa	16,7%	20,3%	4,6%	56,7%	1,6%	100,0%	
	% within Categorias	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	16,7%	20,3%	4,6%	56,7%	1,6%	100,0%	



Os resultados revelaram que a grande maioria das postagens é de informação de interesse, o que só corrobora totalmente a hipótese em teste a respeito da Rede Nossa São Paulo (H1b). Nada mais coerente do que um portal informativo utilizar o site de rede social para divulgar informações de interesse do seu público-alvo. Isso significa que, grosso modo, as iniciativas civis se dedicam a informar os cidadãos através do site de rede social independente do seu objetivo geral. No caso do Meu Rio, um site basicamente de petições, a página do Facebook é utilizada como um informativo sobre questões políticas importantes do Rio de Janeiro, já que as postagens giram em torno de cidadania, mobilidade e notícias de acontecimentos da cidade que têm impacto da vida dos moradores. Mais da metade das ocorrências é desta categoria, muito embora 46% se enquadrem em mobilização ou campanhas diversas. Isso resulta numa comprovação parcial da hipótese relacionada à iniciativa (H1a). Mesmo quando as formas de interação são contabilizadas separadamente, a categoria informação continua como a que mais gerou repercussão em comparação à mobilização e campanhas diversas juntas, com mais comentários, curtidas e compartilhamentos.

Por fim, no caso do Cidade Democrática, a hipótese que previa que por ser um fórum deliberativo a iniciativa teria mais postagens de mobilização e campanhas diversas foi totalmente refutada (H1c).

Isso demonstra que a hipótese geral do estudo não se confirma, já que nem todas as iniciativas dedicam a sua página do Facebook ao objetivo primário. Isso talvez se deva ao fato de que, antes de utilizarem o Facebook para cumprirem com seus propósitos específicos, as iniciativas priorizam informar o cidadão, contextualizá-lo, deixá-lo a par dos acontecimentos e dos projetos que a iniciativa desenvolve para, em um segundo momento – quando a atenção do cidadão já é capturada – trabalharem no sentido de mobilizá-los e promover campanhas diversas.

## **6 – Conclusão**

Pensar em como cada iniciativa utiliza mais essa ferramenta da *web* para fins políticos e/ou democráticos leva-nos a uma questão maior, da utilidade e eficácia de tantas possibilidades técnicas oferecidas pelo ambiente *online*, ou seja, para que servem tantas ferramentas diferentes na Internet? É claro que não se espera que o Cidade

Democrática, por exemplo, utilize o Facebook para discussão, já que o lugar de seu fórum deliberativo é de fato o seu *website*. Então, como utilizar os *media* sociais, os sites de redes sociais e todas as outras possibilidades oferecidas pela realidade conectada à Internet pode ser uma questão também para as próprias iniciativas. Se mal utilizada, uma ferramenta pode ser repetitiva e torna-se prejudicial ao objetivo pretendido.

Nesse sentido é possível perceber que divulgar informações de interesse para tornar-se conhecido e, conseqüentemente, ampliar a rede de contatos parece uma boa forma de se apropriar do Facebook. Assim se espalha o nome da iniciativa e suas ações do site. Além disso, não é somente a participação na política que deve ser valorizada por sua importância democrática. Com relação especificamente aos sites de redes sociais, Zhang et al. (2010) constatam que se envolver em questões políticas nesses ambientes, mesmo que de forma indireta ou apenas consumindo informação, é um indício de aumento da participação cívica. Isso denota que, ainda que o Facebook não seja um espaço para participação mais efetiva ou direta, ele pode ser um modo de obtenção de informação política direcionada e de interesse específico, importante para futuras ações políticas do cidadão.

Ainda por esse caminho, Park et al. (2009) explicam que há uma diferença de atividades a partir de diferentes modos de uso do Facebook. Na pesquisa deles, realizada em fóruns dentro da rede social, a busca pela informação é a última razão para que indivíduos debatam naquele ambiente. Isto, atrelado ao que foi amplamente discutido até aqui, nos leva a questionar o “lugar” da informação política no Facebook. Quer dizer, se os fóruns são procurados para discussão, então a timeline é um modo razoavelmente eficaz de busca por informação.

A falta de comentários, que pela característica nos remete à discussão (mesmo sem termos realizado análise de conteúdo), nos induz a acreditar que não há contraponto a opiniões políticas diversas. Por outro lado, observa-se que há compartilhamento das postagens, que se espalha na rede no indivíduo, que recebe atualizações dos mais variados tipos de pessoas, com as mais diversas visões políticas. Por fim, esta análise permite observar que o uso do Facebook é diversificado e esse site de rede social funciona como um complemento às ações empreendidas pelos grupos.

## 8 – Referências

- AGGIO, C. Dos websites aos media sociais: Apontamentos sobre os recursos e práticas de publicidade das campanhas eleitorais nos ambientes digitais. In: **III Seminário Nacional de Ciência Política**, 2010, Porto Alegre. **Anais do III Seminário Nacional de Ciência Política**, 2010.
- ANCU, Monica; COZMA, Raluca. MySpace Politics: Uses and Gratifications of Befriending Candidates. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 2009, v. 53, n. 4, p. 567-583.
- BENNET, L.; IYENGAR, S. A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. In: **Journal of Communication**, vol 58. 2008.
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 2008, v. 13, p. 210-230.
- BRAGATTO, R. C.; NICOLÁS, M. A.; SAMPAIO, R. C. Internet e Política em análise: levantamento sobre o perfil dos estudos brasileiros apresentados entre 2000 e 2011. In: **XXI Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal de Juiz de Fora, 12 a 15 de junho de 2012.
- BUCY, E. P.; GREGSON, K. S. Media participation: A legitimizing mechanism of mass democracy. In: **New Media & Society**, 3 (3), p. 357–380, 2001.
- CHADWICK, A. Web 2.0: New Challenges for the Study of E-Democracy in an Era of Informational Exuberance. In: COLEMAN, S.; SHANE, P. (ORGs). **Connecting Democracy: Online Consultation and the Flow of Political Communication**, MIT Press. 2012.
- EDWARDS, R. L.; TRYON, C. Political video mashups as allegories of citizen empowerment. In: **First Monday**, Volume 14, Number 10 - 5 October 2009.
- GOMES, W. et al. Politics 2.0 : a campanha online de Barack Obama em 2008. In: **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 17, n 34. 2009.
- GOMES, W. Participação política online: questões e hipóteses de trabalho. In: GOMES, W.; MAIA, R. C. M.; MARQUES, F. P. J. A. **Internet e Participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- GUSTAFSSON, Nils. The subtle nature of Facebook politics: Swedish social network site users and political participation. **New Media Society**, 2012, V. 14, n. 7, p. 1111-1127.
- LIM, M. Clicks, Cabs, and Coffee Houses: Social Media and Oppositional Movements in Egypt, 2004–2011. In: **Journal of Communication**, nº 62, 2012.
- MEDAGLIA, R. eParticipation research: Moving characterization forward (2006–2011). In: **Government Information Quarterly**, 2012.
- MURTHY, Dhiraj. Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter. **Sociology**, 2012, v. 46, n. 6, p. 1059-1073.
- O'REILLY, Tim. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. 2005. Disponível em: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>. Acesso em: 21/04/13.

PARK, Namsu *et al.* Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes. **Cyberpsychology & Behavior**, 2009, v. 12, n. 6, p. 729-734.

PARMELEE, John H.; BICHARD, Shannon L. **Politics and the Twitter Revolution: How Tweets Influence the Relationship between Political Leaders and the Public**. Maryland: Lexington Books, 2012.

PARVIAINEN, O.; POUTANEN, P.; LAAKSONEN, S.; REKOLA, M. Measuring the effect of social connections on political activity on Facebook. In: **Internet, Politics, Policy: 'Big Data, Big Challenges?'**, 2012.

QUAN-HAASE, Anabel; HOGAN, Bernie. Persistence and Change in Social Media. **Bulletin of Science Technology & Society**, 2010, v. 30, n. 5, p. 309-315.

QUAN-HAASE, Anabel; YOUNG, Alyson L. Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. **Bulletin of Science Technology & Society**, 2010, v. 30, n. 5, p. 350-361.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p. (Coleção Cibercultura).

REIS, L.; BARROS, S. Internet e Revolução no Egito: o uso de sites de redes sociais durante a convulsão social que derrubou o governo ditatorial egípcio em 2011. In: **Anais do XI Congresso do Conlab**, Salvador, Bahia, 2011.

SALTER, L. Structure and Forms of Use: A contribution to understanding the „effects“ of the Internet on deliberative democracy. In: **Information, Communication & Society**, Vol. 7, No. 2, June 2004.

SAYED, Nermeen. Towards the Egyptian revolution: activists' perceptions of social media for mobilization. **Journal of Arab & Muslim Media Research**, 2011, v. 4, n. 2-3, p. 273-298.

SUSHA, I.; GRONLUND, A. eParticipation research: Systematizing the field. In: **Government Information Quarterly**, 2012.

TEIXEIRA, T. Desafios e oportunidades do uso da Web 2.0 para a democracia. In: **III Seminário Nacional de Ciência Política**, Porto Alegre-RS, 2010.

TUFEKCI, Z.; WILSON, C. Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square. In: **Journal of Communication**, nº 62. 2012.

URISTA, Mark *et al.* Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory. 2008. Paper prepared for presentation at the National Communication Association Annual Conference, San Diego, CA.

WILLIAMS, C. B.; GULATI, G. What is a Social Network Worth? Facebook and Vote Share in the 2008 Presidential Primaries. In: **Anais do Annual Meeting of the American Political Science Association**, Boston-EUA, agosto, 2008.

ZHANG, Weiwu *et al.* The Revolution Will be Networked : The Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behavior. **Social Science Computer Review**, 2010, v. 28, n.1, p.75-92.