

Superposters, especialização e serviço: a Primeira Consulta Pública do Marco Civil da Internet no Twitter¹

Superposters, specialization and service:
The Brazilian Civil Rights Framework for
The Internet's First Public Consultation on Twitter

Letícia Capone²
leticiacapone@gmail.com

Arthur Ituassu²
ituassu@puc-rio.br

Sérgio Lifschitz²
sergio@inf.puc-rio.br

Vivian Mannheimer²
vmannheimer@gmail.com

RESUMO

O objetivo deste estudo é analisar a comunicação desenvolvida no *Twitter* durante a Primeira Consulta Pública do Marco Civil da Internet, de 29/10 a 17/12 de 2009, de modo a contribuir para o debate sobre os efeitos das mídias sociais nas discussões públicas no Brasil. Assim, definimos uma amostra de 1.378 *tweets* sobre o tema no período delimitado, buscando perceber quem são os participantes da conversa, que mídia está presente no espaço e quais os assuntos abordados. Feita a análise, encontramos uma alta incidência de vozes especializadas, alta concentração das postagens (*superposters*), bem como um espaço de informação e de publicidade dos mecanismos de participação. A nosso ver,

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the conversation developed on *Twitter* about the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet during its first public consultation (29/10-17/12/2009), in order to contribute to the discussions about the effects of the Web and social media on the public debate in Brazil. For this, we obtained a sample of 1,378 tweets about the law, during the delimited time, in order to realize who the speakers were, what kind of media there were and which the issues addressed were. After the data, we found an incidence of specialized voices, high concentration of posts (superposters), and a space of information sharing and publicity of the participation mechanisms. Hence,

¹ Uma versão deste trabalho foi apresentada no XXV Encontro Anual da Compós, que ocorreu na Universidade Federal de Goiás, Goiânia, de 7 a 10 de junho de 2016.

² Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rua Marquês de São Vicente, 225, Gávea, 22451-900, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

apesar da concentração e especialização, que poderiam denotar um caráter elitista ao objeto, a comunicação analisada parece desempenhar um papel específico de serviço ao cidadão, com a divulgação de fontes, informação, fóruns consultivos e eventos sobre a lei e seu processo decisório.

Palavras-chave: Marco Civil da Internet, esfera pública, mídias sociais.

Introdução

O objetivo desta pesquisa é analisar a comunicação desenvolvida no Twitter durante a Primeira Consulta Pública do Marco Civil da Internet, de 29/10 a 17/12 de 2009. A lei que se refere ao Marco Civil da Internet, considerada de vanguarda no mundo, foi resultado de duas Consultas Públicas, ocorridas nos anos de 2009 e 2010, o que permitiu a participação cidadã na construção de uma regulamentação que versasse sobre direitos e responsabilidades na internet. A Web foi a plataforma utilizada para as duas consultas, que ocorreram tanto via fórum, hospedado no site da Cultura Digital, quanto via Twitter, com a utilização da *hashtag* ‘#marcocivil’.

Nesse contexto, nossa tentativa é a de contribuir para o debate sobre os efeitos das mídias sociais nas discussões públicas no Brasil, dando continuidade a outros estudos desenvolvidos ao longo dos últimos dois anos (Capone e Ituassu, 2015; Capone, 2015). Com o objetivo de mapear a conversa ocorrida no Twitter sobre o Marco Civil da Internet, foi realizada, nos estudos anteriores, uma análise longitudinal, visando perceber de que forma a discussão se desenvolveu em três fases distintas – a da Primeira Consulta Pública, a da Segunda Consulta Pública e a da chegada da minuta, obtida nas duas consultas, ao Congresso Nacional. Neste trabalho, no entanto, o intuito é nos aprofundarmos especificamente em um dos períodos – o da Primeira Consulta Pública – tentando analisar todas ou pelo menos quase todas as postagens ocorridas durante seu período de vigência.

Nesse sentido, são preocupações deste estudo questões concernentes à representação e à pluralidade de vozes, mídias e temas presentes na conversa e, com isso, buscamos coletar, no período especificado (29/10-17/12/2009) e através de software próprio de busca e armazenamento, todos os *tweets* que continham a *hashtag* ‘#marcocivil’, na tentativa de se encontrar diferentes mensagens de diferentes usuários que versassem sobre o assunto específico, no entendimento de que ali se constituía um espaço próprio de conversação (Ituassu

despite the concentration and specialization, which could denote an elitist character to the object, the communication analyzed can be seen to have played a specific service role, disseminating sources, information, forums and events about the law and its decision-making process.

Keywords: Brazilian Civil Rights Framework for the Internet, public sphere, social media.

e Lifschitz, 2015) e observando o fato de que *hashtags* servem de mecanismo de indexação do debate desenvolvido (Aggio, 2014). Ainda justifica o uso da marca o fato de que o próprio blog oficial de discussão do Marco Civil da Internet (<http://culturadigital.br/marcocivil/>), localizado na plataforma Cultura Digital, vinculada ao Ministério da Cultura, trazia um ícone “#marcocivil no Twitter”, dispondo-se a considerar os comentários que se utilizassem da *tag* na construção do documento final.

Assim, de todos os tweets coletados, obtivemos uma amostra relevante de 1378 ($n=1378$), sobre a qual tivemos o intuito de entender: (i) quem são os participantes da conversa; (ii) que tipo de mídia esteve presente, direta ou indiretamente, com o compartilhamento de links; e (iii) quais foram os principais temas abordados. Desenvolvida a análise, nos foi possível perceber uma alta incidência de vozes especializadas, uma alta concentração das postagens, com a presença dos chamados *superposters*, usuários com um número de postagens muito acima da média, bem como a construção de um espaço de divulgação de informação especializada e de publicidade dos mecanismos de participação formal, no processo decisório da lei do Marco Civil da Internet.

Dessa forma, este trabalho está dividido em mais quatro seções além desta introdutória. Na primeira está uma breve discussão teórica que aborda as noções de público, na perspectiva de Dewey (2012 [1927]); de sistemas deliberativos, sob a ótica de Mansbridge *et al.* (2012); e de esfera pública, internet e representação, na concepção de Dahlgren (2005) e Gomes e Maia (2008). Na segunda e terceira seções estão, respectivamente, a metodologia e os resultados da pesquisa empírica. Na discussão final, enfatizamos a concentração de vozes especializadas no tema, destacando uma considerável incidência de usuários com grande número de postagens durante o período analisado (*superposters*). Além disso, ressaltamos, em termos de conteúdo, um caráter de serviço e informação na conversa estabelecida no Twitter, com a divulgação de fontes, informação, fóruns consultivos e eventos sobre a lei e seu processo decisório.

Público, esfera pública e sistemas deliberativos

Mesmo tendo sido escrito em 1927, muito antes da internet, *The Public and its Problems* (Dewey, 2012 [1927]) traz grandes contribuições ao debate aqui proposto. A principal delas diz respeito à própria noção de “público” que Dewey desenvolve, como uma esfera que se constitui em um processo ativo do cidadão de se expressar naquelas questões que o afetam, ressaltando assim a importância da participação – via comunicação – para a democracia. Como, para o autor, a democracia se constitui do processo de dar voz ao cidadão nas questões que lhe afetam ou quando ele mesmo se sente afetado, um déficit deliberativo seria nada menos que um déficit democrático (Dewey, 2012 [1927] p. 19).

É no processo de falar e ser ouvido que os cidadãos se associam e constituem o que o autor chama de “público”, que reivindica os próprios interesses e é capaz de pressionar governos gerando consequências políticas: “Não existe Estado sem um governo, mas também não existe sem um público” (Dewey, 2012 [1927], p. 76). Dentro dessa perspectiva, o público se forma em torno de questões específicas quando os cidadãos experimentam os efeitos negativos gerados por ações políticas que estão além de seu controle (p. 48, 110).

Outro ponto importante proposto por Dewey que dialoga com esta pesquisa é a importância da “publicidade”. De acordo com o autor, tudo o que obstrui a publicidade do debate, i.e., a ciência pelo cidadão do debate que lhe concerne e a abertura deste mesmo debate para a participação, quando o cidadão assim desejar, não somente distorce o pensamento como se constitui em claro déficit de democracia (Dewey, 2012 [1927], p. 132). Com isso, a legitimidade do processo político adviria mais da publicidade do debate sobre as questões que afetam a coletividade do que propriamente de uma relação de correspondência entre a ação política e uma suposta vontade da maioria, ou seja, uma visão de comunicação política que trabalha a partir das noções de comunicação como esfera pública e política como democracia (Dewey, 2012 [1927]; Habermas, 1991, 1994; Gomes e Maia, 2008).

Da mesma forma, esta pesquisa toma por base a concepção de deliberação no sentido mais amplo da palavra, se distanciando das nuances normativas e dos critérios vinculados a determinados processos e admitindo que o que se denomina, aqui, deliberação se constitui por “espaços de conversação política”, isto é, a composição de uma esfera pública. Nesse contexto, Mansbridge *et al.*

(2012, p. 2-3) ressaltam que fóruns singulares, ainda que idealmente constituídos, não teriam capacidade suficiente para legitimar as decisões e os encaminhamentos políticos adotados pelas democracias. É preciso, de modo a perceber o conceito mais amplo de deliberação, considerar o que os autores denominam “sistema deliberativo”, isto é, ir além dos estudos de instituições individuais para pensá-las em um contexto sistêmico e global. Tal concepção se faria importante na medida em que tornaria possível uma noção de democracia deliberativa em larga escala e a análise da divisão de funções entre as diferentes partes do sistema, dimensionando suas forças e fraquezas e o grau de complementaridade entre elas. É nesse contexto que, a nosso ver, a construção de um Marco Civil para a Internet se coloca como um sistema deliberativo: um processo que envolveu governo, cidadãos, grupos interessados no assunto, entre outros, iniciado por duas Consultas Públicas e, posteriormente, tramitado e votado no Congresso Nacional.

Sendo assim, sistemas deliberativos são compostos por quatro principais arenas, quais sejam: (i) as decisões vinculativas concernentes ao Estado, calcadas em leis e suas implementações; (ii) as atividades diretamente relacionadas à preparação para tais decisões vinculativas; (iii) as conversações políticas informais relacionadas a essas decisões vinculativas; e (iv) as arenas formais e informais de conversação que envolvem questões de interesse comum, não destinadas, necessariamente, às decisões vinculativas anteriormente mencionadas (Mansbridge *et al.*, 2012, p. 9), sendo esta última bastante cara a esta pesquisa. De acordo com os autores, a inclusão de vozes, temas, interesses e demandas múltiplas e diversas é um elemento central para a qualidade democrática do processo deliberativo.

Nesse mesmo contexto, Dahlgren (2005, p. 148-149) propõe três dimensões constitutivas da esfera pública: estrutural, representacional e interacional. A primeira diz respeito aos aspectos formais e institucionais que permeiam um processo deliberativo, incluindo a liberdade de expressão, o acesso e a dinâmica inclusão/exclusão. Tanto a mídia quanto as instituições políticas constituem uma ecologia política que forma e transforma a esfera pública e a maneira como a informação circula. A terceira, a interacional, requer não simplesmente um público passivo e atomizado, mas cidadãos interagindo uns com os outros, premissa fundamental para que os processos deliberativos ocorram. Esta interação aconteceria tanto no encontro de cidadãos com a mídia, uma vez que o usuário interpreta e usa os conteúdos veiculados nos meios de comunicação

de massa, quanto na relação entre cidadãos, que engloba tanto uma conversa entre duas pessoas, quanto encontros maiores em escala, ou seja, a comunicação em espaços da vida social. Já a segunda dimensão, a representacional, a qual este trabalho se coloca em dívida, refere-se às vozes presentes na esfera pública, considerando que estas devem ser plurais, comportando variadas agendas, posições e ideias, e abrange: (i) a produção dos meios de comunicação, inclusive a internet; (ii) o espaço de visibilidade midiática; e (iii) a acuidade, a precisão, a completude e a pluralidade de vozes e agendas presentes nas informações veiculadas e nos debates estabelecidos (Dahlgren, 2005, p. 148-149). Nesse caso, a mídia assume um papel central como espaço de visibilidade e de disseminação de informações.

Pois é justamente nesse aspecto representacional que nossa pesquisa se localiza, na tentativa de mapear as vozes presentes no debate sobre o Marco Civil da Internet no Twitter durante o período da Primeira Consulta Pública sobre o tema, de modo a avaliar este elemento novo e importante do debate sobre questões públicas na democracia brasileira. Afinal, a internet e as mídias sociais vêm sendo apontados como espaços com potencial de vanguarda no que diz respeito à esfera pública, com a possível constituição de novos espaços de participação e deliberação (Dahlgren, 2005; Gomes e Maia, 2008; Bohman, 2004; Chadwick, 2009).

Para Dahlgren (2005, p. 151) apesar do problema da *digital divide* e do uso da internet para fins políticos ainda ser pequeno, as novas tecnologias de comunicação oferecem, potencialmente, abertura para diversas formas de iniciativas e associações civis. Em consonância, Gomes e Maia (2008, p. 18) salientam que a internet vem se mostrando um eficaz instrumento tanto de informação e construção de uma esfera civil mais consciente e capaz de justificar suas decisões em debates públicos, quanto de colaboração para uma maior mobilização em torno das questões sociais relevantes. Isso de alguma forma poderia contribuir para que cidadãos adotem posições que, imbricadas no movimento de formação de opinião pública, sejam capazes de atingir as decisões dos governantes, com o potencial de aprimorar a qualidade democrática das sociedades contemporâneas (Gomes, 2008, p. 302). Mais especificamente sobre as mídias sociais, Fuchs (2014) ressalta que estas teriam o potencial de ser uma forma integrada de sociabilidade, convergindo três modos de sociabilidade: cognição, comunicação e cooperação, isto é, uma pessoa produz conteúdos (fase cognitiva) que pode ser comentado e compartilhado (fase comunicativa)

ou até mesmo alterado e remixado (fase cooperativa) por outros. Além disso, integrando papéis sociais, ou seja, pela criação de diversos perfis, sejam de cidadãos, de profissionais, de empresas, de governos, os usuários se conectam, formando também um espaço social (Fuchs, 2014, p. 77).

Há que se ressaltar, porém, que, embora as corporações de mídias sociais evoquem a abertura e o compartilhamento dos dados dos usuários, contraditoriamente pedem sigilo no que diz respeito aos seus dados corporativos e financeiros (Fuchs, 2014, p. 83). Fuchs percebe, então, três antagonismos que moldam as mídias sociais contemporâneas (p. 89): (i) o econômico, que envolve os dados dos usuários e os interesses corporativos das empresas; (ii) o político, no que diz respeito à privacidade dos usuários e das empresas, que parecem pouco dispostas a atender os princípios de *accountability*; e, por fim, (iii) o social, ou seja, embora criem esferas públicas, interesses particulares de corporações ou do próprio Estado que muitas vezes controlam e limitam as mídias sociais devem ser consideradas partes inerentes desses mesmos espaços comunicativos.

De qualquer modo, concordamos com Gomes (2014, p. 17) quando o autor afirma que sites, plataformas e aplicativos para redes sociais digitais se tornaram “arenas essenciais da discussão pública sobre temas de interesse político”, compartilhando da hipótese de que “não há discussão, tema, disputa pela interpretação de fatos e coisas, atrito de ideias sobre os assuntos de interesse político que [...] não passem pela arena representada pelos dispositivos digitais de comunicação projetados para redes sociais”.

Metodologia

Como já foi mencionado, a intenção desta pesquisa é analisar vozes e temas presentes no debate desenvolvido no Twitter sobre o Marco Civil da Internet durante o período da Primeira Consulta Pública, ocorrida entre 29/10 e 17/12 de 2009, na tentativa de obter respostas para as seguintes questões: (i) quem eram os participantes da conversa no espaço-tempo observado; (ii) que tipo de mídia esteve presente; e (iii) quais foram os principais temas abordados.

No que diz respeito ao Twitter, o Ibope Nielsen Online contabilizou 14,2 milhões de usuários no Brasil em setembro de 2011. Em julho do mesmo ano, pesquisas apontaram a marca de 200 milhões de perfis registrados na rede em todo planeta. Criado em 2006, nos Estados

Unidos, o Twitter tem a característica básica de dar ao usuário um espaço de 140 caracteres para publicar mensagens curtas, os tweets, que são lidos pelos que optam por “seguir” determinada pessoa ou instituição, ou seja, entrar para uma determinada lista de contatos. O internauta escolhe, então, os perfis que deseja seguir e recebe em tempo real as atualizações feitas por quem acompanha. Caso queira retransmitir uma mensagem de alguma pessoa que segue para os seus seguidores, o usuário pode repassá-la, com um retweet. Além disso, o fato de ter à mão somente 140 caracteres não significa que o dono da conta no Twitter não possa postar diversas vezes até concluir sua argumentação, ou postar um *link* para um texto maior, foto ou vídeo. De fato, o Twitter se diferencia no mundo das mídias sociais por suas mensagens curtas e públicas. Além disso, a ferramenta mantém sua base de dados aberta, o que possibilita o acesso e o recolhimento de amostras em um universo enorme de expressão cidadã, o que tem possibilitado uma série de estudos de opinião pública na mídia social (Vargo *et al.*, 2014; O’Connor *et al.*, 2010).

Foram, por exemplo, material de análise desta pesquisa 1618 tweets postados com a *hashtag* ‘#marcocivil’ no período da Primeira Consulta Pública para a formulação de um Marco Civil da Internet, i.e., entre 29/10 e 17/12 de 2009. É preciso ressaltar, porém, que à época a ferramenta ainda não era amplamente utilizada, o que pode ter afetado a quantidade de postagens realizadas, bem como o tipo de usuário atuante na conversa estabelecida. O material foi recolhido com base em uma ferramenta própria de busca e armazenamento, uma aplicação que coleta os dados da URL de resultados da busca avançada do Twitter (<https://www.twitter.com/advanced-search>) e os apresenta em planilhas (.cvi).

A API pública de acesso aos tweets, que o Twitter oferece e seria outra opção de coleta dos dados, parece funcionar melhor para eventos recentes (*streaming*), não sendo possível pesquisar de maneira fácil e direta tweets antigos de eventos passados, como é caso desta pesquisa. Com isso, optamos pela coleta via busca avançada, cujo resultado gera uma URL e é exibido numa página Web estilo *infinite scroll*, na qual mais resultados são exibidos conforme o usuário vai descendo na página. Como o resultado não é entregue num formato facilmente computável como JSON, XML ou afins, a leitura desses dados é muito mais complicada. Foi necessário, então, estudar o HTML que compõe essa página de resultados para identificar as *tags* e classes que delimitam os dados necessários para a coleta especificada.

Desenvolvemos, assim, um software utilizando a linguagem de programação Python 2.7, cujo funcionamento se resume a: (i) executar a URL da página de resultados da pesquisa avançada do Twitter; (ii) fazer a leitura do HTML que corresponde à estrutura do site; (iii) detectar automaticamente o conteúdo do tweet, o *username* e nome do usuário que o escreveu, o momento em que foi postado, o número de retweets e, em algumas situações, o local de onde foi postado – a depender se o usuário permitir que o Twitter exiba essa informação; e (iv) por fim, persistir os dados coletados num sistema de banco de dados.

Ao executarmos esse procedimento, obtivemos como saída um arquivo (.cvi) com 1618 tweets identificados e filtrados pelo software, transformados em planilhas (.xlsx). A profundidade dos resultados depende muito do tipo de assunto pesquisado e das datas limites. De maneira geral, a planilha de resultados é bem suficiente para se aplicar diversas análises com um grau baixo de generalização, dado que existe uma quantidade grande de tweets nas amostras. Vale ressaltar, no entanto, que não se trata da obtenção de *todos* os tweets publicados com a *hashtag* no período especificado, não somente porque algumas contas de usuários podem ter sido desativadas de 2009 para cá, como também em função das limitações decorrentes de qualquer mecanismo digital de busca avançada e coleta de dados desse tipo.

Assim, com os 1.618 tweets em mãos, os dados foram organizados em uma tabela com: (i) informações de identificação (nome do perfil, sobre o qual mantemos sigilo); (ii) data e hora da publicação; e (iii) o texto do tweet. A partir dessas informações, uma análise foi desenvolvida buscando-se identificar: (iv) a posição social do autor do tweet; (v) a mídia presente e/ou compartilhada no espaço-tempo delimitado, quando assim ocorreu; e (vi) o tema debatido por cada tweet, relacionado à questão mais ampla do Marco Civil da Internet. Com a identificação dos autores e suas posições sociais, bem como da mídia presente no espaço, procuramos abordar a questão relativa às vozes direta ou indiretamente presentes na conversa. Já no campo dos *issues*, foram levantados os temas abordados nas postagens.

Coletados e organizados, os tweets foram analisados por codificação manual, tendo em vista dois eixos principais. O primeiro deles englobou a verificação e o mapeamento da qualidade das vozes que estabeleceram o diálogo em torno do tema Marco Civil da Internet pela

sua “posição social ou organizacional” (ativista, político, jornalista, mídia, etc.)³. Para tal, foram consideradas as fontes primárias, ou seja, quem publicou o tweet original, e foi levada em consideração a descrição disponibilizada pelo próprio usuário (autor do tweet) em sua biografia do Twitter. Quando não havia nenhuma informação deste tipo disponível, foi realizada uma busca na Web e em outras mídias sociais que indicassem a atividade social desempenhada pelo usuário. Por exemplo, um dos usuários informa no descritor de sua bio no Twitter que é professor de uma Universidade estadual. Em uma busca mais detalhada, percebe-se que, além de lecionar a matéria Direito da Tecnologia da Informação, ele é diretor de um Instituto de Tecnologia e Sociedade em um determinado estado. Sendo assim, foi considerado uma voz especializada. Outro usuário, também considerado especialista, diz ser, em sua bio, *cyberlawyer*, informação confirmada em seu site, disponibilizado em seu Twitter. Em alguns casos foi possível identificar a área de atuação (e/ou interesse) dos perfis, sem que esta fosse relacionada ao tema, como é o caso de um dos usuários que se descreve, na bio do Twitter, como cantor e compositor.

Além disso, avaliamos também a mídia indiretamente presente (por meio de *links*) no espaço-tempo analisado, i.e., a qualidade do *link* (quando é o caso de haver um) embutido em cada postagem. O outro eixo de análise se debruçou sobre o texto de cada tweet, tendo em vista o tema disposto em cada publicação – obtido por meio da pergunta: “Sobre o que é o tweet?”. A intenção com isso foi identificar os principais eixos temáticos da discussão desenvolvida, como “privacidade”, “anonimato”, “direitos e deveres do usuário” etc. A classificação de temas pode ser mais bem compreendida, por exemplo, com a postagem que tinha como texto “Agora o Ministro da Justiça Tarso Genro fala no lançamento do #marcocivil”. O post se referia ao evento de lançamento do Marco Civil da Internet, realizado na FGV, na ocasião de sua Primeira Consulta Pública, sendo classificado como “Seminário/ Debate/ Evento”. Já o *tweet* “Participe do #marcocivil: acesse ‘Consulta’ em <http://bit.ly/49CwL5>, escolha um tópico e clique em ‘Participar dessa discussão’”, mobiliza os usuários para que participem da discussão, com esclarecimentos sobre como fazê-lo, sendo incluído na categoria “Cha-

mada para participação”. Todo o material foi analisado por pelo menos três pesquisadores entre os autores de modo a se reduzir a subjetividade do processo analítico e, para conferir confiabilidade à pesquisa, as divergências foram dirimidas por discrepância entre os pares.

É importante ressaltar que a partir da primeira fase de análises algumas classificações foram desenvolvidas. Em primeiro lugar, foram excluídos 240 tweets nos quais não foi possível identificar a posição social do autor do tweet e/ou que continham links mas estes se encontravam indisponíveis no momento da análise (“página não encontrada”), de modo a se elevar a precisão dos resultados. Dessa forma, passamos a trabalhar com uma amostra de 1378 tweets. Além disso, uma grande presença de vozes tidas por nós como “especializadas” fez com que classificássemos os tweets em duas categorias: (i) “especializados”, i.e., provenientes de autor especializado no tema, caso de advogados, ativistas, professores, entre outros, que detinham conhecimento em temas relacionados, tais quais, legislação para a internet, mídia e tecnologia, cibercultura, sistemas de informação, *softwares* livres, etc.; e (ii) “não-especializados”, proveniente de autor não-especializado no tema, i.e., quando o campo de atuação e interesse do usuário não englobava temáticas afins ou se constituía de temas variados.

Da mesma forma, a mídia direta ou indiretamente presente no espaço-tempo delimitado obedeceu a mesma classificação, sendo classificada como “especializada”, no caso de sites, blogs e contas nas mídias sociais que normalmente discutem temas relativos à internet e à regulamentação do ambiente digital, e “não-especializada”, quando se trata de espaço midiático que aborda corriqueiramente diversos assuntos não necessariamente relacionados à temática analisada. Dessa forma, quando as mídias dispostas nos *links* de referência foram o site do *O Estado de S. Paulo* ou o portal IG, por exemplo, ou mesmo as Revistas *Época* e *Exame*, esses links foram considerados como de mídias “não-especializadas”. Já na outra categoria estão as mídias de nicho ou de conteúdo produzido por indivíduos ou organizações sociais especializadas no tema, como é o caso do site e do blog do Marco Civil da Internet, do site Cultura Digital e do site da Associação Software Livre Brasil.

³ Vale ressaltar, aqui, que a análise dos dados foi realizada em 2015 e 2016, sendo possível, portanto, haver casos em que a posição social dos participantes tenha mudado desde o ano de realização da consulta. Houve a tentativa, porém, de minimizar tais casos, através da observação tanto de redes sociais de perfis profissionais que apresentavam a trajetória dos usuários, quanto de postagens no próprio Twitter realizadas à época que esclareciam informações sobre os perfis.

Resultados

A Primeira Consulta Pública para a produção do Marco Civil da Internet, ocorrida entre 29 de outubro a 17 de dezembro de 2009, consistiu, de acordo com Bragatto *et al.* (2015), em uma discussão sobre os princípios normativos desejáveis e relevantes para a construção de um projeto de regulação para a Web. Havia um documento inicial como base, dividido nos seguintes eixos: (i) direitos individuais e coletivos; (ii) responsabilidade dos atores, no que diz respeito à disponibilização de conteúdo e à neutralidade de rede; e (iii) diretrizes governamentais, isto é, referências para o desenvolvimento de políticas públicas que garantissem abertura, infraestrutura e capacitação (Sampaio *et al.*, 2013a, p. 5).

A discussão e as propostas podiam ser dispostas no blog criado na plataforma Cultura Digital, vinculada ao Ministério da Cultura. Foi criado, também, um Twitter oficial, @marcocivil, que disponibilizava informações, mobilizava os usuários para participarem do debate e divulgava o uso da *hashtag* '#marcocivil'. A consulta, neste primeiro momento, teve um total de 686 mensagens na plataforma Cultura Digital⁴.

No Twitter, esta pesquisa, como já foi mencionado, analisou 1378 tweets com a *hashtag* '#marcocivil', coletados sobre o mesmo período, i.e., entre 29/10 e 17/12 de 2009. Em relação à discussão proposta sobre as vozes presentes no espaço-tempo, foi encontrado um grupo de 327 usuários únicos (média de 4,214 tweets

por usuário), com um alto índice de concentração de postagens, como mostra o Gráfico 1. Identificamos essa alta concentração na presença de *superposters*, como será visto mais à frente.

A concentração fica ainda mais clara no Gráfico 2, Histograma. Pelos dados, vemos que quase 299 de 327 usuários publicaram de 0 a 10 tweets. Os outros 28 publicaram de 10 a mais de 60 vezes.

Além disso, encontramos quase 100 tipos diferentes de posicionamentos sociais, como ativistas, jornalistas, professores, mídia, analistas de sistema, advogados, organizações sociais, estudantes, pesquisadores, etc., distribuídos como mostra o Gráfico 3.

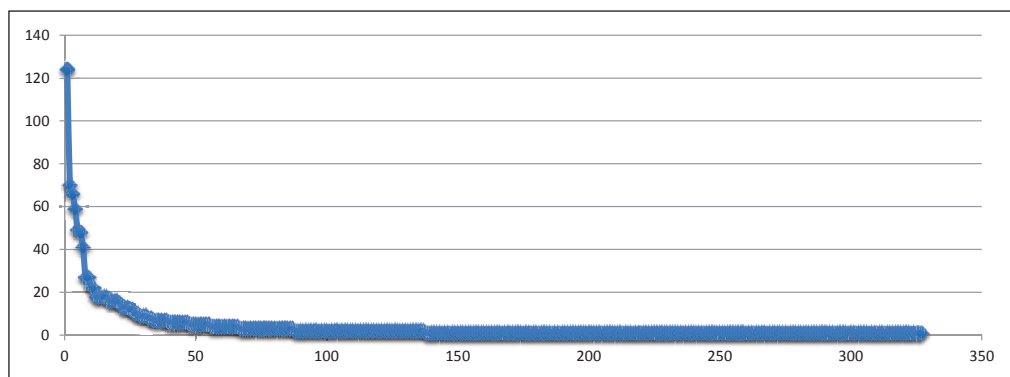
Apesar da concentração em alguns atores – ativistas, jornalistas e professores foram responsáveis por quase metade de todas as postagens (49%) –, percebe-se a presença de um grande número de posicionamentos sociais diferentes, mesmo que muitos participando com poucos tweets. Além disso, é bastante claro o perfil especializado dos usuários participantes. Ao adotarmos a classificação “especializado” e “não-especializado” para o autor de cada postagem, chegamos ao número de 1122 tweets originados de fonte especializada, inclusive mídia especializada, como mostra o Gráfico 4.

No entanto, mesmo dentro do campo da especialização, houve uma certa diversidade de posicionamentos sociais, como mostra a Tabela 1, com a posição social das 10 principais vozes especializadas.

Outro ponto importante a ser ressaltado dos dados diz respeito à presença dos chamados “*superposters*”,

Gráfico 1. Tweets x usuário único (1378 tweets x 327 usuários).

Graph 1. Tweets x unique users (1378 tweets x 327 users).



⁴ Sampaio *et al.* (2013) ressaltam que os organizadores dos dados contabilizaram 800 contribuições. No entanto, na pesquisa realizada pelos autores, foram localizados 686 comentários.

Gráfico 2. Histograma.

Graph 2. Histogram.

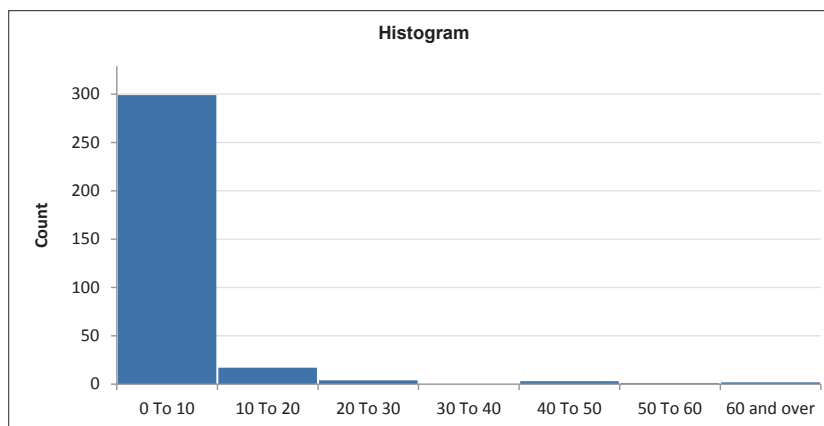


Gráfico 3. Tweets x posicionamento social.

Graph 3. Tweets x social position.

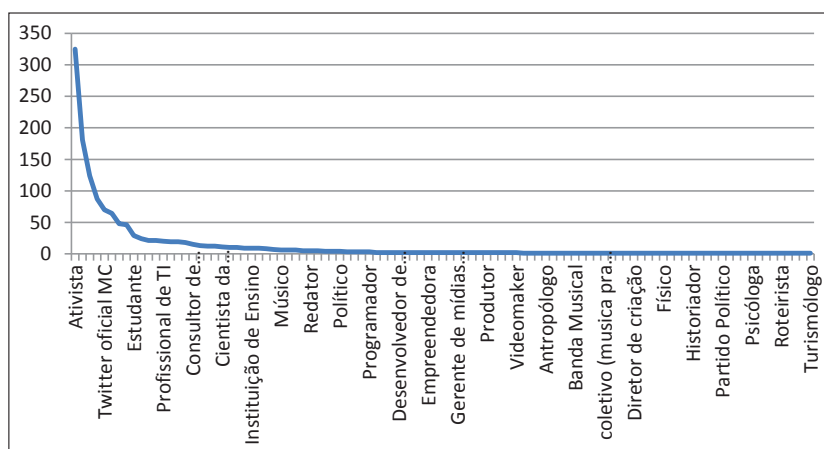
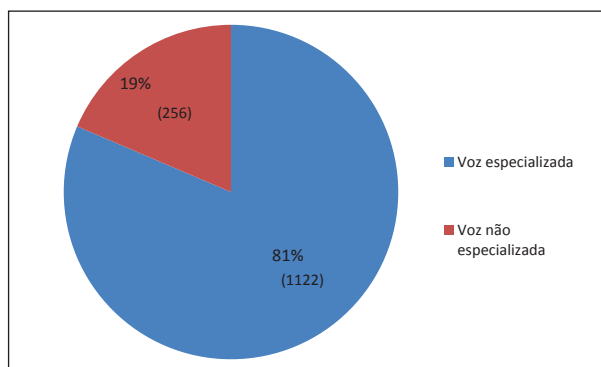


Gráfico 4. Tweets x Especialização (n=1378).

Graph 4. Tweets x Specialization (n=1378).



como já mencionamos. Com base na tipologia de super-participantes cunhada por Graham e Wright (2013), os perfis com participação sólida em debates virtuais são caracterizados como: (i) *superposters*, aqueles que realizam postagens recorrentes em um determinado fórum ou canal de discussão; (ii) *agenda-setters*, participantes que direcionam a conversa para determinados temas; e (iii) facilitadores, que seriam os moderadores ou gerenciadores do debate. Esta pesquisa se propôs a levantar, nesse primeiro momento, os usuários participantes que se encaixariam na primeira categoria, a de *superposters*. Sendo assim, para buscar os *outliers* (ou os *superposters*) aplicamos a fórmula $Q^3 + 3(Q^3 - Q')$, que tem, como cálculo, a diferença entre o primeiro e terceiro quartil

Tabela 1. Principais Vozes Especializadas (n=1378).
Table 1. Main Specialized Voices (n=1378).

Vozes Especializadas		
Posição social	tweets	%
Ativista	322	23%
Jornalista	121	9%
Professor	102	7%
Twitter oficial MC	70	5%
Analista de sistemas	64	5%
Mídia	46	3%
Organização Social	45	3%
Advogado	43	3%
Estudante	24	2%
Profissional de TI	20	1%

multiplicado por 3, ao valor do 3º quartil, conforme o Gráfico 5, onde se nota que 28 usuários com mais de 10 postagens podem ser considerados *superposters* na amostra analisada. Além disso, os dados também mostram um grande número de usuários (190) que fizeram apenas uma postagem.

Entre os superparticipantes (Gráfico 6), os 28 usuários que postaram 10 ou mais postagens foram responsáveis por 808 tweets, ou 59% da amostra, o que

denota um ambiente de poucos usuários com muitas postagens ($\sigma=26,311$).

Como era de se esperar, os *superposters* também se caracterizaram em geral por perfil especializado, como se vê na Tabela 2. Dos 10 principais superparticipantes, os nove que mais postaram têm perfil especializado.

Além de especializados, os *superposters* exerceram algum papel no compartilhamento de mídia especializada, com 258 tweets com link para alguma mídia especializada – 36% da mídia compartilhada no ambiente. As principais mídias especializadas e não-especializadas compartilhadas em todo o espaço-tempo analisado encontram-se nas Tabelas 3 e 4 a seguir. A página oficial do Marco Civil da Internet teve mais da metade do compartilhamento de mídias especializadas no ambiente analisado.

Como se percebe dos números, foi também possível identificar um grande número de mídia especializada sendo compartilhada. Quase 80% do total de compartilhamentos diz respeito à mídia especializada, como mostra o Gráfico 7. Além disso, é possível identificar, como mostra o Gráfico 8, um grande número de tweets (52% da amostra) que no geral compartilham algum conteúdo midiático, confirmando outras análises que apontam para o mesmo fenômeno no Twitter (Ituassu e Lifschitz, 2015).

No que diz respeito aos temas discutidos, nossa pesquisa catalogou 29 eixos temáticos, distribuídos como se pode ver no Gráfico.

Gráfico 5. Número de usuários x número de postagens (n=1378).
Graph 5. Number of users x number of posts (n=1378).

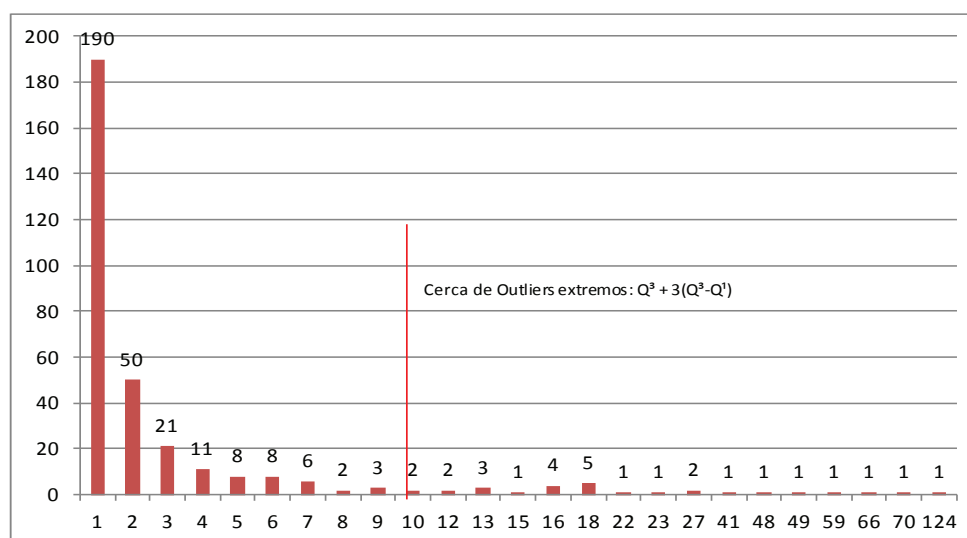


Gráfico 6. Tweets x superparticipantes (28 superposters, 808 tweets).

Graph 6. Tweets x Superparticipants (28 superposters, 808 tweets).

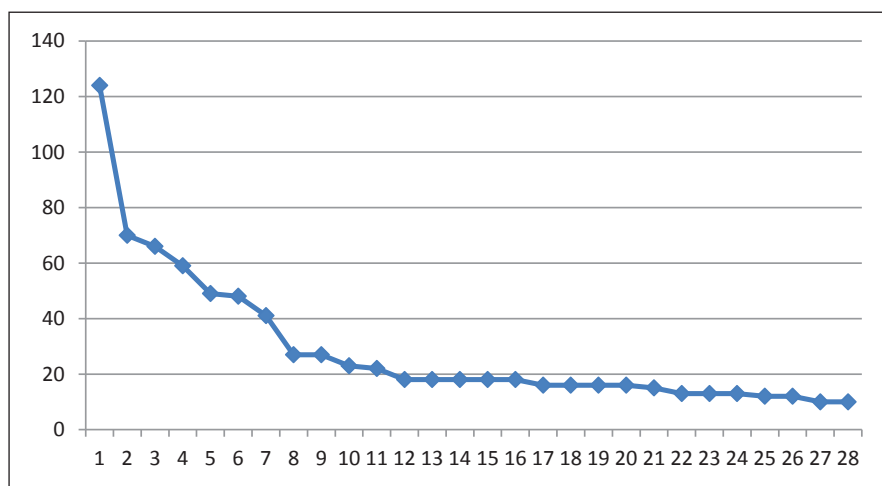


Tabela 2. 10 principais Superposters por n de postagens (n=1378).

Table 2. Top 10 Superposters per number of posts (n=1378).

Principais Superposters			
Posição social	Grau de especialização	tweets	%
Ativista	Especializado	124	9%
Twitter oficial MC	Especializado	70	5%
Ativista	Especializado	66	5%
Ativista	Especializado	59	4%
Analista de sistemas	Especializado	49	4%
Jornalista	Especializado	48	3%
Professor	Especializado	41	3%
Organização social	Especializado	27	2%
Professor	Especializado	27	2%
Mídia	Não especializado	23	2%

Dos principais temas trabalhados, chama a atenção o fato dos três eixos temáticos com maior número de postagens (Tabela 5) – Seminário/Debate/Evento, Chamada para participação e Informações sobre o MCI – que juntos correspondem a 646 tweets ou 47% da amostra, apresentarem um caráter de serviço com a divulgação de informações e dos eventos de discussão sobre a lei, bem como de publicidade dos mecanismos de participação formal no processo decisório.

O caráter de serviço e informacional é reforçado quando se olha a distribuição diária das postagens (Grá-

fico 10), que nos permite uma visão mais processual da comunicação desenvolvida no espaço-tempo analisado. Os dois dias que tiveram altíssima concentração de postagens, 29/10 e 02/12, coincidiram com eventos presenciais, com o compartilhamento de cobertura especializada desses eventos e links de transmissão.

Conclusão

Como já foi dito, a pesquisa realizada é continuidade de estudos desenvolvidos ao longo dos últimos

Tabela 3. Principais mídias especializadas compartilhadas.
Table 3. Main specialized media.

Nome da mídia	tweets	%
Página do Marco Civil da Internet	304	22.06%
Cultura Digital	73	5.30%
Twitter	35	2.54%
Threely	25	1.81%
Software Livre	24	1.74%
FGV	12	0.87%
Trezentos	11	0.80%
Trim	11	0.80%
Flickr	6	0.44%
Site do MinC	5	0.36%

Tabela 4. Principais mídias não especializadas compartilhadas.

Table 4. Main non-specialized media.

Nome da mídia	Tweets	%
Estadão	17	1.234%
Fundamental Conteúdo	13	0.943%
Blog do Estadão	12	0.871%
Site da Câmara dos Deputados	10	0.726%
O Globo	9	0.653%
Fortaleza Nua e Crua	8	0.581%
Terra	5	0.363%
IG	5	0.363%
Bloguei isso	5	0.363%
Site da sec. de assuntos estratégicos	5	0.363%

Gráfico 7. Mídia especializada x mídia compartilhada (n=713).

Graph 7. Specialized Media x Shared Media (n=713).

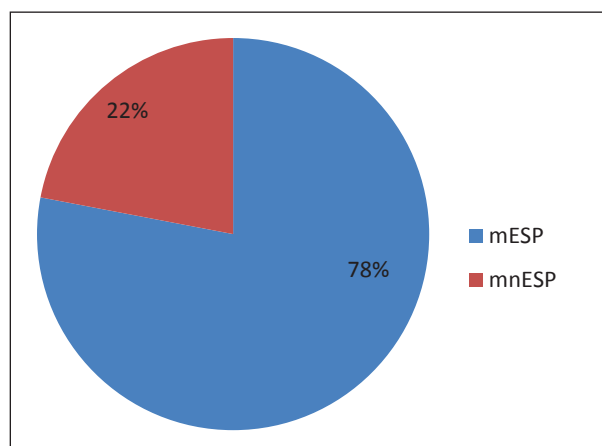
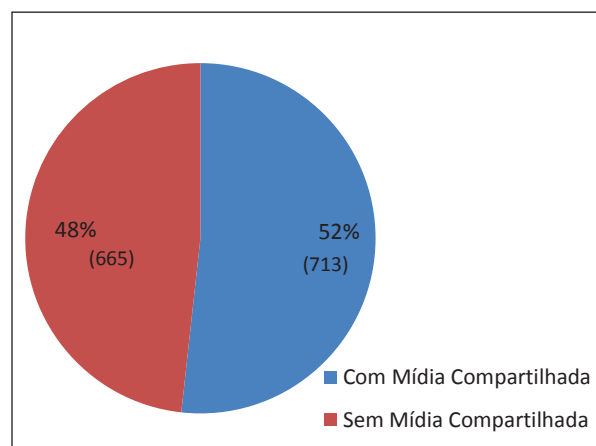


Gráfico 8. Tweets x Compartilhamento de mídia (n=1378).

Graph 8. Tweets x Media sharing (n=1378).



dois anos, com o objetivo de mapear a conversa ocorrida no Twitter sobre o Marco Civil da Internet. Aqui, foi analisada uma amostra relevante dos tweets postados no período da Primeira Consulta Pública e que continham a hashtag #marcocivil, obtidos por software próprio de busca e armazenamento.

Em relação aos dois primeiros objetivos, entender (i) quem são os participantes da conversa e (ii) que tipo de mídia esteve presente, direta ou indiretamente, com o compartilhamento de links, percebeu-se que, embora tenham sido encontradas diferentes posições sociais,

como professores, jornalistas, advogados, profissionais de TI, entre outras, não se pode deixar de enfatizar a concentração de postagens em determinadas vozes (*superposters*) e a grande incidência de usuários e mídias especializados na temática. No entanto, é preciso considerar a especificidade do tema, que certamente influencia nos resultados apresentados, e a contribuição dos superparticipantes, que podem ter funcionado como uma espécie de direcionadores da conversa, exercendo o papel de mediadores do debate, disponibilizando links de informações, conscientizando os usuários da importância

Gráfico 9. Temas x n de tweets.

Graph 9. Topics x number of tweets.

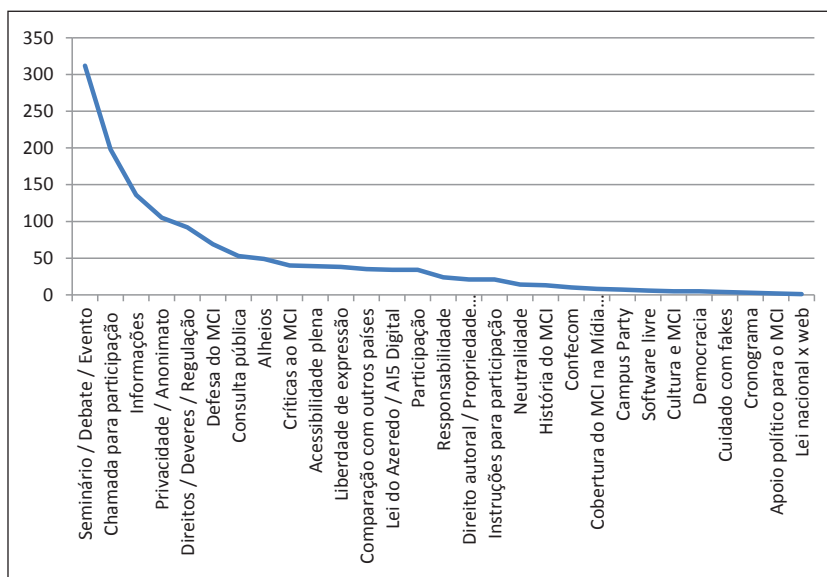


Tabela 5. Temas x tweets (n=1378).

Table 5. Topics x tweets (n=1378).

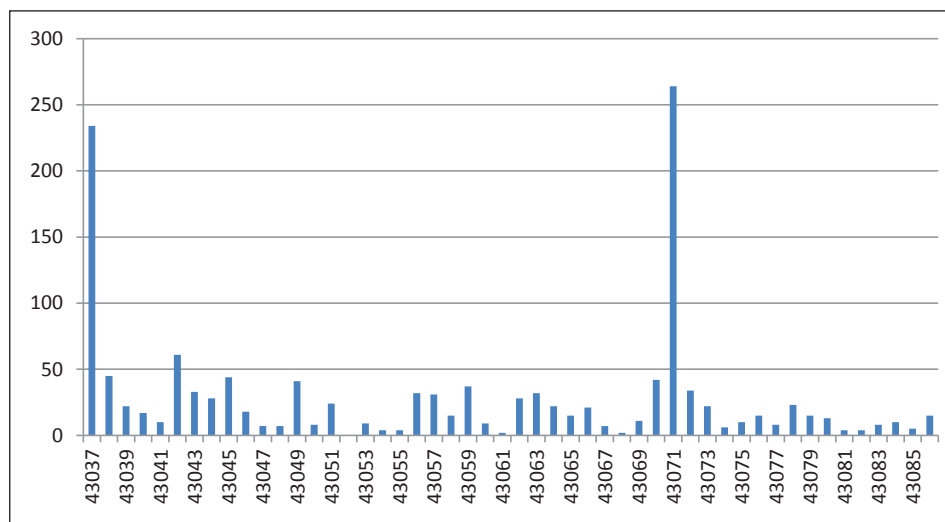
Temas	Tweets	%
Seminário / Debate / Evento	312	23%
Chamada para participação	198	14%
Informações sobre o MCI	136	10%
Privacidade / Anonimato	105	8%
Direitos / Deveres / Regulação	92	7%
Defesa do MCI	69	5%
Consulta pública	53	4%
Alheios	49	4%
Críticas ao MCI	40	3%
Acessibilidade plena	39	3%

do Marco Civil da Internet e da participação de todos e respondendo às eventuais dúvidas que surgiam.

Já no campo dos *issues*, que compõem o terceiro objetivo da pesquisa, isto é, (iii) quais foram os principais temas abordados, é possível perceber aspectos positivos no que diz respeito ao caráter informacional e de serviço da conversa, com grande compartilhamento de links que direcionavam os usuários diretamente para a página do fórum onde ocorria a consulta ou para a transmissão ao vivo de eventos e seminários, nos quais eram discutidas

questões concernentes ao Marco Civil da Internet, possibilitando tanto aos usuários que participaram ativamente da conversa quanto aos que somente acompanharam a obtenção de informações relevantes sobre o tema. Além disso, a discussão suscitou temáticas interessantes de assuntos que envolviam diretamente o teor que um Marco Civil da Internet deveria conter, como por exemplo, os direitos e deveres dos usuários, a privacidade e o anonimato dos mesmos, a neutralidade de rede, e de questões mais contextuais, como a Lei proposta pelo deputado Eduardo Azeredo, que ganhou a pecha de “AI5 Digital”, ou referências ao Projeto de Lei 84/99, que versava sobre o cadastro de usuários de *lanhouses* como uma das medidas para o combate a crimes cibernéticos.

Vale destacar, novamente, a percepção de que a Consulta Pública sobre o Marco Civil da Internet se insere na noção de sistema deliberativo, desenvolvida acima, se configurando como parte de um processo mais amplo, iniciado a partir de uma série de Projetos de Lei apresentados à Câmara dos Deputados sob influência das empresas de Telecomunicações, que desencadeou uma forte reação popular e culminou na ação do Ministério da Justiça de envolver os cidadãos na construção colaborativa de um projeto de lei que versasse sobre direitos e deveres na e para a Web. Analisando pela noção sistêmica, decisões concernentes ao Estado (i), como por exemplo o Projeto de Lei apresentado pelo Deputado Eduardo Azeredo, que

Gráfico 10. Tweets por dia.**Graph 10.** Tweets per Day.

criminalizava uma série de práticas na Web, surtiram efeito nas arenas informais de conversação (ii), sendo que, nesse caso específico, houve um forte movimento contrário à Lei de Azeredo, considerada pelos cidadãos um AI-5 Digital, gerando uma resposta institucional do Governo (iii), isto é, a Consulta Pública. A partir daí, foi estabelecida uma interlocução entre o Estado e a esfera pública, tanto em arenas formais quanto em informais, cumprindo, cada um, sua etapa no processo, que resultou na Lei nº 12.965/14.

A partir daqui, pretendemos adaptar a metodologia já desenvolvida e ampliar o escopo para outras pautas importantes na política, de modo a perceber a repercussão de assuntos debatidos e decididos no Congresso Nacional, como por exemplo a PEC das Domésticas, a medida provisória Mais Médicos, o projeto de Reforma Política e a PEC da Maioridade Penal, nos espaços de conversação públicos e informais do ambiente digital.

Referências

AGGIO, C. 2014. *Campanhas políticas e sites para redes sociais: um estudo sobre o uso do Twitter na eleição presidencial brasileira de 2010*. Salvador, BA. Tese de doutorado. Universidade Federal da Bahia, 243 p.

BOHMAN, J. 2004. Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy. *The Sociological Review*, **52**(s1):131-155.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2004.00477.x>

BRAGATTO, R.C.; SAMPAIO, R.C.; NICOLAS, M.A. 2015. O Marco Civil da Internet: como foi construído, quem participou e quais os impactos. *Revista Eptic*, **17**(1):236-255. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epic/article/view/3385/pdf>. Acesso em: 18/03/2015.

CAPONE, L. 2015. *Twitter e esfera pública: pluralidade e representação na discussão sobre o Marco Civil da Internet*. Rio de Janeiro, RJ. Dissertação de mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 160 p.

CAPONE, L.; ITUASSU, A. 2015. Twitter e esfera pública: pluralidade e representação na discussão sobre o Marco Civil da internet. *Revista Contracampo*, **33**(2):86-108.

CHADWICK, A. 2009. Web 2.0: New Challenges for the Study of E-Democracy in an Era of Informational Exuberance. *Journal of Law and Policy for the Information Society*, **5**(1):9-41.

DAHLGREN, P. 2005. The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, **22**(2):147-162.

<https://doi.org/10.1080/10584600590933160>

DEWEY, J. 2012 [1927]. *The public and its problems*. New York, Henry Holt, 190 p.

FUCHS, C. 2014. Social media and the public sphere. tripleC: Communication, Capitalism & Critique. *Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, **12**(1):57-101.

GRAHAM, T.; WRIGHT, S. 2013. Discursive equality and everyday talk online: the impact of “Superparticipants”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, **19**(3):625-642.

<https://doi.org/10.1111/jcc4.12016>

GOMES, W. 2014. *A política na timeline: crônicas de comunicação e política em redes sociais digitais*. Salvador, EDUFBA, 329 p.

- GOMES, W. 2008. Internet e participação política. In: W. GOMES; R.C.M. MAIA (org.), *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo, Paulus, p. 293-326.
- GOMES, W.; MAIA, R.C.M. 2008. *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo, Paulus, 372 p.
- HABERMAS, J. 1991. *The structural transformation of the public sphere*. Massachusetts, The MIT Press, 326 p.
- HABERMAS, J. 1994. Three normative models of democracy. *Constellations*, 1(1):1-10.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8675.1994.tb00001.x>
- ITUASSU, A.; LIFSCHITZ, S. 2015. Opinião Pública e Comunicação política em #ELEIÇÕES2014: uma análise preliminar. Disponível em: http://compos.org.br/biblioteca/final_comautoria_2782.pdf. Acesso em: 19/06/2015.
- O'CONNOR, B.; BALASUBRAMANYAN, R.; ROUTLEDGE, B.R.; SMITH, N.A. 2010. From Tweets to Polls: Linking Text Sentiment to Public Opinion Time Series. In: International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 4, Washington, 2010. *Proceedings...* Washington, p. 122-129.
- MANSBRIDGE, J.; BOHMAN, J.; CHAMBERS, S.; CHRISTIANO, T.; FUNG, A.; PARKINSON, J.; THOMPSON, D. F.; WARREN, M. E. 2012. A systemic approach to deliberative democracy. In: J. PARKINSON; J. MANSBRIDGE, *Deliberative systems: deliberative democracy at the large scale*. Cambridge, Cambridge University Press, p. 1-26.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781139178914.002>
- SAMPAIO, R.C.; BRAGATTO, R.C.; NICOLÁS, M.A. 2013. Inovadora e democrática. Mas e aí? Uma análise da primeira fase de consulta online sobre o Marco Civil da Internet. In: Congresso da Compolitica, V, Curitiba, 2013. *Anais...* Curitiba, PR. 32 p. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT04-Internet-e-politica-Rafael-CardosoSampaio.pdf>. Acesso em: 27/03/2015.
- VARGO, C.J.; GUO, L.; MCCOMBS, M.E.; SHAW, D. 2014. Network Issue Agendas on Twitter During the 2012 U.S. Presidential Election. *Journal of Communication*, 64(2):296-316.
<https://doi.org/10.1111/jcom.12089>

Submetido: 30/08/2016

Aceito: 17/05/2017