

Diferentes objetivos, diferentes apropriações? O uso do Facebook por iniciativas civis de democracia digital no Brasil

Different goals, different appropriations? The use of Facebook by bottom-up initiatives of digital democracy in Brazil

Maria Paula Almada e Silva

Universidade Federal da Bahia. Barão de Geremoabo, s/n, 40170-115, Salvador, BA, Brasil
mariapaula.almada@gmail.com

Graça Nascimento Penha Rossetto

Universidade Federal da Bahia. Barão de Geremoabo, s/n, 40170-115, Salvador, BA, Brasil
graca_rossetto@yahoo.com.br

Rodrigo Carreiro

Universidade Federal da Bahia. Barão de Geremoabo, s/n, 40170-115, Salvador, BA, Brasil
rodrigocarreiro@gmail.com

Resumo. O trabalho analisa como iniciativas civis de democracia digital brasileiras utilizam o Facebook nas suas atividades. Objetiva-se verificar como diferentes tipos de projetos se apropriam da ferramenta e se o seu uso condiz com o seu propósito de ação política. Durante seis meses, foi analisada a atuação do Meu Rio, do Cidade Democrática e da Rede Nossa São Paulo. No total, 951 *posts* foram categorizados quanto ao seu recorte temático. Ao final, verificou-se que há um predomínio de *posts* do tipo informativas.

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

Abstract. This article analyzes how Brazilian bottom-up initiatives of digital democracy use Facebook in their activities. It aims to see how the tool is appropriated by the different types of projects, and if its use is consistent with its purpose of political action. Over six months, we analyzed the performance of Meu Rio, Cidade Democrática and Rede Nossa São Paulo. In total, 951 posts were categorized according to their thematic focus. At the end, it was found that there is a predominance of informative posts.

Keywords: Facebook, social network sites, e-democracy.

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 entida-

des civis e, com isso, ampliar o alcance das discussões realizadas pelos cidadãos.

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 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, o Cidade Democrática e a 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 951 postagens gerais, coletadas diretamente da *timeline* das três iniciativas num período de seis meses (janeiro a junho 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.

Sites de redes sociais e espaços de articulação política

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. 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). 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 Susha 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).

De modo geral, as características mais interativas oferecidas pela Web 2.0¹ aparecem como rica fonte de recursos que podem ser

¹ 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).

postos a serviço da comunicação política (Parlamee e 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, independentemente de 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, a formação da atitude e o 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 político. Na visão de Bennett e Iyengar (2008), esse é o principal impacto da internet sobre 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 dessa área estão começando a formar uma imagem de como essa forma de comunicação pode afetar a participação política (Ancu e 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 e Cozma, 2009; Quan-Haase e Young, 2010; Sayed, 2011; Urista, Dong e Day, 2009).

Sobre motivações gerais de uso de *sites* de redes sociais, Urista, Dong e Day (2009) investigaram especificamente o Facebook e o MySpace através da abordagem dos Usos e Gratificações. 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.

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 *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 para participar de grupos no Facebook são, em ordem de importância: (i) socialização; (ii) entretenimento; (iii) busca por *status* pessoal; e (iv) 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, espe-

cialmente 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 *et al.*, 2010).

Sites como o Facebook são usados principalmente para se manter em contato com grupos existentes de amigos e conhecidos, além de serem aproveitados para aprender mais sobre os indivíduos que já se conhecem *offline* (Boyd e 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 amizades 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 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.

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. Foi observada a atuação de três iniciativas já citadas durante o período de seis meses, de janeiro a junho de 2013.

O Meu Rio² 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 de o 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 “Painel de pressão” permite que o cidadão aponte um problema concernente à cidade 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 Democrática³ 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 seus problemas, apontem e compartilhem questões públicas, apoiem propostas e problemas apon-

² <http://www.meurio.org.br/>

³ <http://www.cidadedemocratica.org.br/>

tados por outros usuários e entidades, façam comentários, perguntas, e deem ideias sobre propostas e problemas.

Por fim, a Rede Nossa São Paulo é integrada por 697 organizações da sociedade civil⁴ 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 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.

Esses *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.

Todas as postagens de cada uma das três iniciativas, publicadas de janeiro a junho de 2013, foram contabilizadas. A coleta de dados foi realizada acessando as páginas no Facebook de cada iniciativa, voltando ao início do ano (janeiro) e partindo até o final dos *posts*, em junho. Esse percurso foi feito em duas etapas distintas, entre maio e julho, devido ao volume das atividades. Por isso, algumas postagens podem não ter sido registradas, uma vez que os moderadores podem ter apagado conteúdo durante esse período. No entanto, acredita-se que essa não é uma prática comum e, mesmo realizada, não é suficientemente relevante para interferir nos resultados finais. Assim, foram analisados 951 *posts*: 136 do Cidade Democrática, 377 da Rede Nossa São Paulo e 438 do Meu Rio. Verificou-se (i) a quantidade de postagens durante esse período, (ii) o número de curtidas de cada postagem, (iii) compartilhamentos e (iv) comentários. Além disso, foram analisados elementos de postagem que caracterizam o *post*, como a presença de (v) elementos temporais, (vi) *links* externos, (vii) *links* para páginas da iniciativa, (viii) marcação de autoridades⁵, (ix) imagens e (x) vídeos.

Os *posts* foram também classificados quanto ao seu recorte temático a partir das seguintes categorias: (i) 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; (ii) 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*; (iii) Sondagens de Opinião: postagens que convocam os cidadãos a opinarem sobre determinadas questões; (iv) Informações de interesse/notícias: *posts* que tratam de temas que tangenciam o interesse principal da iniciativa; (v) 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* nas categorias mobilização e campanhas diversas.

(H1b) Por se tratar de um portal informativo, a maior parte dos *posts* da 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.

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.

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, chamam 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

⁴ Para ter acesso à lista completa das organizações que participam da Rede Nossa São Paulo: <http://www.nossasaopaulo.org.br/portal/organizacoes>.

⁵ Figuras públicas, empresas, entidades, etc.

indicativo de participação ou debate político. Dentre as três páginas e os 951 *posts* analisados, a postagem que obteve o maior número de comentários (152) pertence ao Meu Rio. Além disso, foi comum encontrar mensagens que obtiveram nenhum comentário ou poucos. Somente no Meu Rio, 347 postagens continham até 10 comentários, isto é, cerca de 79%. 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 a vontade dos cidadãos em repassar adiante aquelas informações.

Não há diferença significativa com relação ao tipo de *post* e o 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.

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 sub-redes de cada indivíduo que o fez. No Meu Rio, 80 postagens obtiveram mais de 100 compartilhamentos, divididos principalmente entre as categorias campanhas diversas e informação. As postagens relacionadas a campanhas diversas e à mobilização, que naturalmente denotam uma intenção participativa maior, angariaram juntas mais de 18250 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 situa-

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

Table 1. Statistical correlation between ways of interaction (like/share/comment) and variables, among all initiatives.

Correlations				
		Curtidas	Compartilhamentos	Comentários
Temporais	Pearson Correlation	,062	,076*	,118**
	Sig. (2-tailed)	,058	,020	,000
	N	951	951	951
link_Externo	Pearson Correlation	,102**	,062	-,012
	Sig. (2-tailed)	,002	,056	,720
	N	950	950	950
link_Interno	Pearson Correlation	-,067*	,022	-,041
	Sig. (2-tailed)	,037	,490	,210
	N	951	951	951
Marcação_Autoridades	Pearson Correlation	,054	,019	,040
	Sig. (2-tailed)	,096	,554	,221
	N	951	951	951
Presença_Imagens	Pearson Correlation	,127**	,124**	,106**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001
	N	951	951	951
Presença_Vídeos	Pearson Correlation	-,025	-,029	-,031
	Sig. (2-tailed)	,441	,364	,343
	N	951	951	951

ção 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, o maior compartilhamento de atualizações referentes à categoria informação condiz perfeitamente com o propósito democrático da entidade.

No Cidade Democrática, essa lógica muda levemente. Duas das cinco ocorrências pertencentes à categoria motivacional obtiveram mais de 100 compartilhamentos. Se comparado às outras iniciativas, esse número é pequeno, mas, internamente, é o maior índice encontrado. Ambas as mensagens remetem a situações genéricas da política e evocam o sentimento de participação do cidadão. Uma delas (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.



Figura 1. Exemplo de *post* do Meu Rio.
Figure 1. Example of a Meu Rio's post.

A correlação entre a presença de imagens e 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. Esse 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 prática, as ações que realiza.

A Figura 1 exemplifica bem essa questão. O *post*, do Meu Rio, apela tanto para o aspecto factual quanto para uma questão política: o aumento da passagem de ônibus na cidade. A imagem foi publicada no auge das manifestações de junho no Brasil, numa data (19/06) em que se discutia primordialmente a questão do transporte público. Assim, essa mensagem foi a segunda em contagem bruta (de toda a amostra) em dois aspectos, compartilhamentos e comentários.

Como demonstra a Tabela 2, a maioria dos *posts* do Meu Rio é voltada para a produção de informações aos cidadãos: são 223 *posts* enquadrados nessa categoria (ou seja, 50,8% dos 438). Em seguida, temos 108 *posts* (24,7%) 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; 23,3% das postagens (102 *posts*) são de campanhas diversas, enquanto apenas cinco 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 51 postagens na categoria informação (37,5%), 49 (36%) na categoria mobilização e 15 (18,4%) em campanhas diversas. Por último, ficou a categoria sondagem de opinião com somente uma postagem (0,7%). Por fim, a grande maioria dos *posts* da Rede Nossa São Paulo, 73,7% (278 dos 377), é informacional. Os 99 *posts* restantes estão distribuídos igualmente em duas categorias: mobilização e sondagem de opinião, cada uma com 24 postagens; 48, ou 12,7% do total, são enquadradas como campanhas diversas; e somente três (0,8%), categorizadas como motivacionais.

Proporcionalmente, o Meu Rio foi a iniciativa que teve mais *posts* de Campanhas Diversas. Dos 175 enquadrados nessa categoria,

Tabela 2. Tabela cruzada entre iniciativas e categorias de *posts*.
Table 2. Crosstabulation between initiatives and posts' categories.

Iniciativa * Categorias Crosstabulation								
			Categorias					Total
			Campanhas Diversas	Mobilização	Sondagem de Opinião	Informação	Motivacional	
Iniciativa	Meu Rio	Count	102	108	5	223	0	438
		% within Iniciativa	23,3%	24,7%	1,1%	50,9%	0,0%	100,0%
		% within Categorias	58,3%	59,7%	16,7%	40,4%	0,0%	46,1%
		% of Total	10,7%	11,4%	0,5%	23,4%	0,0%	46,1%
	Cidade Democrática	Count	25	49	1	51	10	136
		% within Iniciativa	18,4%	36,0%	0,7%	37,5%	7,4%	100,0%
		% within Categorias	14,3%	27,1%	3,3%	9,2%	76,9%	14,3%
		% of Total	2,6%	5,2%	0,1%	5,4%	1,1%	14,3%
	Rede Nossa SP	Count	48	24	24	278	3	377
		% within Iniciativa	12,7%	6,4%	6,4%	73,7%	0,8%	100,0%
		% within Categorias	27,4%	13,3%	80,0%	50,4%	23,1%	39,6%
		% of Total	5,0%	2,5%	2,5%	29,2%	0,3%	39,6%
Total	Count	175	181	30	552	13	951	
	% within Iniciativa	18,4%	19,0%	3,2%	58,0%	1,4%	100,0%	
	% within Categorias	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	18,4%	19,0%	3,2%	58,0%	1,4%	100,0%	

58,3% são do Meu Rio (enquanto 27,4% são da Rede Nossa SP e 14,3% do Cidade Democrática). Além disso, o Meu Rio também foi a iniciativa que apresentou maior número de postagens de Mobilização, totalizando 59,7% de todos os 181 *posts* dessa categoria. Apenas 30 tratavam de Sondagem de Opinião. Desses, 80% são da RNSP, 16,7% são do Meu Rio e apenas 3,3% do Cidade Democrática.

A categoria Informação é a que contém a maior parte dos *posts*. Das 951 publicações analisadas, 552, ou seja, mais da metade (58%), têm o objetivo de informar algo ao cidadão. Dessas, 50,4% são da RNSP; 40,4%, do Meu Rio e apenas 9,2%, do Cidade Democrática. Se, por um lado, o Cidade Democrática apresenta baixo número de *posts* categorizados como informativos, é nesta iniciativa que estão praticamente 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 58% de todos os *posts* analisados); seguida das categorias Mobilização, com 181 *posts* (19% do total); Campanhas diversas, com 175 *posts* (18,4%); Sondagem de opinião, com 30 *posts* (3,2%); e, por fim, Motivacional, com apenas 13.

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 independentemente 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, e, principalmente, como um informativo sobre fatos e questões relacionados às campanhas e às petições sustentadas pela iniciativa. A maior parte dos *posts* informacionais trata de matérias jornalísticas, ou são simples comentários daqueles que gerenciam a página do Meu Rio, que visam informar o leitor sobre “as últimas novidades” em relação à determinada causa apoiada pela iniciativa. Mais da metade das ocorrências é dessa categoria (50,9%), muito embora 48% 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 de forma bruta e separadamente, a categoria informação continua como a que mais gerou repercussão em comparação à mobilização e a 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 comprovada (H1c). Essas duas categorias juntas obtiveram a maior frequência de postagens, 54,4% do total, seguidas da categoria informação (37,5%).

Isso demonstra que a hipótese geral do estudo se confirma, já que todas as iniciativas dedicam a sua página do Facebook ao seu objetivo primário (mesmo considerando a H1a como parcialmente confirmada).

Conclusão

Pensar em como cada iniciativa utiliza mais o Facebook para fins políticos e/ou democráticos leva-nos a uma questão maior, da utilidade e da 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 tornar-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, espalha-se 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. Isso, atrelado ao que foi amplamente discutido até aqui, leva-nos 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 sua característica nos remete à discussão (mesmo sem termos realizado análise de conteúdo), induz-nos 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 do 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 que esse *site* de rede social funciona como um complemento às ações empreendidas pelos grupos.

Referências

- AGGIO, C. 2010. 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, Porto Alegre, 2010. *Anais do III Seminário nacional de Ciência Política*, 1:1-16.
- ANCU, M.; COZMA, R. 2009. MySpace Politics: Uses and Gratifications of Befriending Candidates. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(4):567-583.
<http://dx.doi.org/10.1080/08838150903333064>

- BENNETT, L.; IYENGAR, S. 2008. A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 58:1-46.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>
- BOYD, D.; ELLISON, N. 2008. Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13:210-230.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- BUCY, E.P.; GREGSON, K. 2001. S. Media participation: A legitimizing mechanism of mass democracy. *New Media & Society*, 3(3):357-380.
<http://dx.doi.org/10.1177/14614440122226137>
- CHADWICK, A. 2012. Web 2.0: New Challenges for the Study of E-Democracy in an Era of Informational Exuberance. In: S. COLEMAN; P. SHANE (orgs.). *Connecting Democracy: Online Consultation and the Flow of Political Communication*. Massachusetts, MIT Press, p. 45-74.
- EDWARDS, R.L.; TRYON, C. 2009. Political video mashups as allegories of citizen empowerment. Disponível em: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2617/2305>. Acesso em: 06/08/2014.
- GOMES, W. 2011. Participação política online: questões e hipóteses de trabalho. In: W. GOMES; R.C.M. MAIA; F.P.J. MARQUES. *Internet e Participação política no Brasil*. Porto Alegre, Sulina, p. 19-45.
- GUSTAFSSON, N. 2012. The subtle nature of Facebook politics: Swedish social network site users and political participation. *New Media Society*, 14(7):1111-1127.
<http://dx.doi.org/10.1177/1461444812439551>
- KUSHIN, J.; KITCHENER, K. 2009. Getting political on social network sites: Exploring online political discourse on Facebook. Disponível em: <http://firstmonday.org/article/view/2645/2350>. Acesso em: 06/08/2014.
- LIM, M. 2012. Clicks, Cabs, and Coffee Houses: Social Media and Oppositional Movements in Egypt, 2004-2011. *Journal of Communication*, 62:231-248.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01628.x>
- O'REILLY, T. 2005. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. 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, N.; KEE, K.F.; VALENZUELA, S. 2009. Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(6):729-734.
<http://dx.doi.org/10.1089/cpb.2009.0003>
- PARMELEE, J.H.; BICHARD, S.L. 2012. *Politics and the Twitter Revolution: How Tweets Influence the Relationship between Political Leaders and the Public*. Maryland, Lexington Books, 256 p.
- PARVIAINEN, O.; POUTANEN, P.; LAAKSONEN, S.; REKOLA, M. 2012. Measuring the effect of social connections on political activity on Facebook. In: Internet, Politics, Policy: 'Big Data, Big Challenges?' conference by Oxford Internet Institute in Oxford. Oxford, 2012. Disponível em http://ipp.oi.ox.ac.uk/sites/ipp.oi.ox.ac.uk/files/documents/parviainen_poutanen_laaksonen_rekola_measuring_the_effect_of_social_connections_on_political_activity_on_facebook_v2.pdf. Acesso em: 25/06/2013.
- QUAN-HAASE, A.; HOGAN, B. 2010. Persistence and Change in Social Media. *Bulletin of Science Technology & Society*, 30(5):309-315.
<http://dx.doi.org/10.1177/0270467610380012>
- QUAN-HAASE, A.; YOUNG, A.L. 2010. Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science Technology & Society*, 30(5):350-361.
<http://dx.doi.org/10.1177/0270467610380009>
- RECUERO, R. 2009. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre, Sulina, 191 p.
- REIS, L.; BARROS, S. 2011. 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: Congresso do Conlab, XI, Salvador, 2011. *Anais do XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais*, 1:1-17.
- SALTER, L. 2004. Structure and Forms of Use: A contribution to understanding the "effects" of the Internet on deliberative democracy. *Information, Communication & Society*, 7(2):185-206.
<http://dx.doi.org/10.1080/1369118042000232648>
- SAYED, N. 2011. Towards the egyptian revolution: activists' perceptions of social media for mobilization. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 4(2-3):273-298.
- SUSHA, I.; GRONLUND, A. 2012. eParticipation Research: Systematizing the field. *Government Information Quarterly*, 29(3):373-382.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2011.11.005>
- TEIXEIRA, T. 2010. Desafios e oportunidades do uso da Web 2.0 para a democracia. In: Seminário Nacional de Ciência Política, III, Porto Alegre, 2010. *Anais do III Seminário Nacional de Ciência Política*, 1:1-18.
- TUFEKCI, Z.; WILSON, C. 2012. Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square. *Journal of Communication*, 62:363-379.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01629.x>
- URISTA, M.A.; DONG, Q.; DAY, K.D. 2009. Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication*, 12(2):215-229.
- WILLIAMS, C. B.; GULATI, G. 2008. What is a Social Network Worth? Facebook and Vote Share in the 2008 Presidential Primaries. In: Annual Meeting of the American Political Science Association, Boston, 2008. *Anais...* 1:1-16.
- ZHANG, W.; JOHNSON, T. J.; SELTZER, T.; BICHARD, S.L. 2010. The Revolution Will be Networked: The Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behavior. *Social Science Computer Review*, 28(1):75-92.
<http://dx.doi.org/10.1177/0894439309335162>

Submissão: 03/02/2014

Aceite: 07/06/2014