UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

SORAIA HERRADOR COSTA LIMA DE SOUZA

Ágoras pós-modernas: uma análise dos mecanismos de participação social nos espaços informacionais digitais

São Paulo
2019

SORAIA HERRADOR COSTA LIMA DE SOUZA

Ágoras pós-modernas: uma análise dos mecanismos de participação social nos espaços informacionais digitais.

Versão corrigida

Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de doutora em Ciência da Informação.
Área de Concentração: Cultura e Informação
Linha de Pesquisa: Apropriação Social da Informação

Orientador: Prof. Dr. Marco Antonio de Almeida

São Paulo

2019

SOUZA, Soraia Herrador Costa Lima de

Ágoras pós-modernas: uma análise dos mecanismos de participação social nos espaços informacionais digitais.

Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de doutora em Ciência da Informação.

Aprovado em: _____.

Banca Examinadora

Prof. Dr: _____.
Instituição: _____.
Julgamento: _____.

Prof. Dr: _____.
Instituição: _____.
Julgamento: _____.

Prof. Dr: _____.
Instituição: _____.
Julgamento: _____.

Prof. Dr: _____.
Instituição: _____.
Julgamento: _____.

Prof. Dr: _____.
Instituição: _____.
Julgamento: _____.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Marisa Aparecida Costa Lima e Gustavo Arthur Araújo Costa Lima, que sempre me deram todo o apoio psicológico e emocional para que eu fosse quem eu quisesse ser.

Ao meu irmão, Rafael Herrador Costa Lima, que me incentiva até hoje a perseguir meus sonhos.

À minha família, que acreditou em mim mesmo quando eu não mais acreditava.

Aos meus amigos, pela insistência em mim, mesmo quando não tinha tempo hábil para vê-los.

Aos meus eternos alunos, que me ajudaram a sonhar e ver que o caminho da docência e da pesquisa pode ser doce e cheio de recompensas.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Marco Antonio de Almeida, pela paciência comigo ao longo deste percurso e por me orientar não apenas nesta pesquisa, mas na vida.

Maybe stories are just data with soul.

Brené Brow

RESUMO

SOUZA, Soraia Herrador Costa Lima de. **Ágoras pós-modernas: uma análise dos mecanismos de participação social nos espaços informacionais digitais**. 2019. 188 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

Este trabalho apresenta as práticas informacionais dentro de sites de redes sociais como forma de compreender como os aparatos tecnodigitais propiciaram o surgimento de condições que reconfiguram o exercício da crítica política, bem como os limites do espaço público e da ação coletiva. O presente estudo procura entender as dinâmicas sociais que se estabelecem por meio (e por trás) das redes, desenvolvendo um diálogo com outros campos além da Ciência da Informação, como a Comunicação, a Sociologia e a Ciência Política. Para tanto, foram analisados três estudos de casos (a saber: Marco Civil da Internet [2015 a 2017], Parada do Orgulho LGBT de São Paulo [2018] e Movimento #Elenão [2018]), os quais foram caracterizados como movimentos sociais a fim de detectar se estes foram tecnopolíticos ou apenas tentativas net-ativistas de fomentar o contágio tecnologicamente estruturado. A pesquisa utilizou métodos de mineração, coleta e análise assistidas por computador, bem como visualização de dados para a investigação da hipótese. Concluiu-se que há uma generalização dos conceitos de e-cidadania e de e-democracia, uma vez que se verifica a presença de interlocutores diversos para cada momento estudado. A apropriação das tecnologias para o estabelecimento de ações tecnopolíticas é um fator preponderante, estando presente em movimentos orgânicos estabelecidos através e por meio da web(#EleNão) e não somente a pautas pré-estabelecidas (Marco Civil da Internet; Parada do Orgulho LGBT).

Palavras-chave: Práticas Informacionais. Movimentos Sociais. Net-ativismo. Tecnopolítica.

ABSTRACT

SOUZA, S. H C. L de**. Postmodern agoras: an analysis of the mechanisms of social participation in digital information spaces.** 2019. 188 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

This thesis presents the informational practices within social networking sites as a path to understand how the technological gadgets provided in the emergence of conditions that reconfigure the exercise of political criticism, as well as the limits of public space and collective action. The present study tries to comprehend the social dynamics that are established through (and within) the networks, developing a dialogue with fields beyond Information Science, such as Communication, Sociology and Political Science. In order to do that, three case studies were analyzed (namely: Civil Internet Frame [2015 to 2017], LGBT Pride Parade in São Paulo [2018] and Moviment #EleNão [2018]), which were characterized as social movements in order to detect if these were technopolitical or only net-activist attempts to foment technologically structured contagion. The research utilized mining methods, computer-assisted data collection and analysis, as well as data visualization for the investigation of the hypothesis. It was concluded that there is a generalization of the concepts of e-citizenship and e-democracy, once the presence of different interlocutors is verified for each moment studied. The appropriation of technologies for the establishment of technopolitical actions is an relevant issue, since it has been noticed both in organic movements (# EleNão) and pre-established guidelines (Internet Civil Parity, LGBT Pride Parade).

Keywords: Informational Practices. Social movements. Net-activism. Technopolitics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Participação nas consultas públicas da regulamentação do marco civil e do APL de dados pessoais (por data) 96

Figura 2 – Número de visitas à plataforma de consulta pública do Ministério da Justiça 96

Figura 3 – Conteúdo presente na FanPage sobre o Marco Civil da Internet com elevado índice de engajamento. 98

Figura 4 – Nota de esclarecimento do Ministério da Justiça para a segunda fase do debate público sobre a regulamentação do Marco Civil da Internet. 99

Figura 5 – Grafo obtido a partir dos dados coletados da Fanpage do Ministério da Justiça em 2015 101

Figura 6 – Grafo obtido a partir dos dados coletados da Fanpage do Ministério da Justiça de janeiro a julho de 2016 101

Figura 7 – Gráfico de termos relacionados dos dados coletados do Facebook e Twitter sobre o Marco Civil da Internet de abril de 2018 a abril de 2019 104

Figura 8 – Termos correlacionados ao evento nas mídias sociais 112

Figura 9 – Termos correlacionados ao tema central do evento nas mídias sociais116

Figura 10 – Termos correlacionados ao tema central do evento, de acordo com a mídia social mais utilizada - Instagram 116

Figura 11 - Indivíduo contesta participante da Parada do Orgulho LGBT 2018 em São Paulo 118

Figura 12 – Gráfico sobre o interesse da hashtag #VoteLGBT durante o tempo (22/08 a 25/12/2019), com a ferramenta Netlytic 121

Figura 13 – Termos correlacionados referentes aos movimentos #EleNão e #EleSim a partir de dados coletados e analisados pela plataforma Stilingue 124

Figura 14 – Recorrência de termos associados à hashtag pesquisada, de cima para baixo: #brasilvirahaddad; #elenao; #elenunca; #elenão; #haddad13; #haddadsim; #horadavirada; alunos; Bolsonaro; Brasil; contra; democracia; direito; ditadura; fascismo; voto. 134

Figura 15 – Regiões brasileiras com mais tweets geolocalizados 135

Figura 16 – Países em que manifestações sobre o tema foram feitas por meio de tweets geolocalizados 135

Figura 17 – Grafo de nomes e conexões da primeira base de dados #EleNão..... 137

Figura 18 – À esquerda, o cluster referente às menções ao Fernando Haddad; à direita, o cluster referente às menções ao então candidato Jair Bolsonaro..... 138

Figura 19 – Termos mencionados mais associados à hashtag analisada (#EleNão) 139

Figura 20 – Diferentes países da Europa Ocidental e Oriental utilizaram o Twitter entre os dias 28 e 29 de outubro..... 140

Figura 21 – Estados Unidos e Canadá permaneceram como locais com usuários mais ativos 140

Figura 22 – O mapa mostra que a Região Sudeste novamente foi um dos vetores de publicações no Brasil 141

Figura 23 – Grafo de nomes e conexões da segunda base de dados #EleNão... 142

Figura 24 – Recorrência de termos associados à hashtag pesquisada na terceira base de dados..... 143

Figura 25 – Portugal foi o principal vetor de publicações geolocalizadas no primeiro período após o término das eleições presidenciais de 2018 144

Figura 26 – Pela primeira vez, apenas os Estados Unidos apareceram dentro da amostra coletada pela ferramenta Netlytic..... 144

Figura 27– À esquerda: Mato Grosso aparece como um dos principais vetores nacionais; à direita, os demais pontos de coleta de tweets geolocalizados 145

Figura 28– Peru foi o primeiro país da América Latina a ter tweets geolocalizados com o tema da pesquisa 145

Figura 29 – Esta foi a primeira vez dentro da base de dados analisada em que não houve menção à Jair Bolsonaro (PSL)..... 146

Figura 30 – Cluster de destaque ao usuário mais mencionado (@andreoufelipe) 146

Figura 31 – Tweet responsável pelo engajamento e que levou à quantidade excessiva de menções 147

Figura 32 – Termos relacionados à hashtag #Elenão em dezembro de 2018..... 148

Figura 33 – Estados Unidos e Portugal são os únicos países que permanecem utilizando dados geolocalizados..... 148

Figura 34 – As regiões Norte e Nordeste destacam-se nesta última base de dados 149

Figura 35 – Grafo referente à última base de dados (#EleNão). 150

Figura 36 – Cluster com o termo mais mencionado..... 150

Figura 37 – Principais termos relacionados à hashtag #EleSim 151

Figura 38 – Países da Europa Ocidental e Oriental, bem como cidades dos EUA apresentaram dados geolocalizados..... 152

Figura 39 – O movimento #EleSim esteve presente nas mesmas regiões que o Movimento #EleNão 152

Figura 40– Jair Bolsonaro é o termo mais mencionado dentro do movimento #EleSim 153

Figura 41 – Em destaque o cluster que mais menciona o usuário 154

Figura 42 – Termos associados à pesquisa “Mulheres com Bolsonaro” 155

Figura 43 – Termos associados à pesquisa “Mulheres contra Bolsonaro” 155

Figura 44 – À esquerda, termos mencionados no movimento “Mulheres com Bolsonaro”; à direita, menções ao movimento “Mulheres contra Bolsonaro”..... 156

Figura 45 – Termos mencionados relacionados à pesquisa “LGBT com Bolsonaro" 159

Figura 46 – Menções relacionadas ao termo “LGBT contra Bolsonaro”. De cima para baixo, os termos mais mencionados: #boringday; #colorhairboys; #ditaduranão; #eleição2018; #elenao; #elenunca; #elenão; #homenscontrabolsonaro; #juntossomosmaisfortes..... 159

Figura 47 À esquerda, termos mencionados no movimento “LGBT contra Bolsonaro”; à direita, menções ao movimento “LGBT com Bolsonaro” 160

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO **13**

1 ÁGORAS PÓS-MODERNAS: CONTEXTO SOCIAL, POLÍTICO E CULTURAL **19**

1.1 O contexto atual **23**

1.2 A sociedade na era de informação **24**

1.3 E-cidadania: do uso das redes sociais à ação cidadã **38**

1.4 Política na era da informação **42**

2 CIBERESPAÇO, MÍDIAS SOCIAIS E MOVIMENTOS SOCIAIS **47**

2.1 Movimentos Sociais e Internet: entre a mudança cultural e políticas insurgentes **48**

2.2 Movimentos sociais e novas formas políticas **51**

2.3 Movimentos Sociais no século XXI **60**

3 MÍDIAS SOCIAIS E MOVIMENTOS TECNOPOLÍTICOS **65**

3.1 Capital social e os valores das conexões **75**

3.1.1 Homofilia, Buracos Estruturais e Fechamento 78

3.1.2 Graus de separação 79

3.1.3 Rede direcionada e não direcionada 80

3.1.4 Redes egocentradas e redes inteiras 81

3.2 Proposta metodológica **86**

3.2.1 Cambridge Analytica e a questão dos dados pessoais 88

3.2.2 Marco Civil da Internet 90

3.2.3 A Parada do Orgulho LGBT 108

3.2.4 Movimento #EleNão 123

CONSIDERAÇÕES FINAIS 161

REFERÊNCIAS 168

APÊNDICE A – Glossário 175

APÊNDICE B – Estudo de caso Parada do Orgulho LGBT de São Paulo 2018 177

APÊNDICE C – Estudo de caso das Eleições 2018 182

APÊNDICE D – Dados coletados sobre #Elenão e #EleSim 185

APÊNDICE E – Dados abertos de pesquisa 188

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como objeto as estruturas de redes sociais cidadãs, considerando-se aspectos teóricos, desafios tecnológicos e conceituais que abrangem a composição dos clusters e identificação dos nós, de modo a compreender a narrativa estabelecida nestes ambientes virtuais e sua extensão para o ambiente físico, considerando as nuances tecnopolíticas que permeiam as ações democráticas na rede. Por redes sociais cidadãs compreende-se redes sociais provenientes do ambiente digital e que, por meio de suas atuações, impactam a sociedade dentro e fora do ambiente digital, de modo a ser verificadas ações tecnopolíticas. Por ações tecnopolíticas entendem-se ações (e movimentos sociais, por conseguinte) que transpassam a esfera virtual e acabam repercutindo e reverberando nos ambientes físicos, por meio de manifestações, greves, reuniões etc. Tascon e Quintana (2012) explicam que as manifestações virtuais podem ver em três graus. O primeiro é o denominado click-ativismo, no qual os usuários apenas clicam em assuntos que lhes interessam nos aspectos políticos, econômicos e sociais. O segundo é o net-ativismo, no qual os usuários passam a ter um posicionamento mais ativo, de modo a elaborar textos, estabelecer comunidades virtuais para discussão, compartilhar informações acrescidas de opinião, criar e divulgar abaixo assinados e petições etc. O terceiro, e que será o parâmetro de análise desta pesquisa, é o tecnopolítico, que demanda um maior grau de envolvimento de participação dos indivíduos, de modo a ocupar espaços virtuais e físicos. A greve dos caminhoneiros[1], ocorrida em maio de 2018, é um dos exemplos de ação tecnopolítica, uma vez que os trabalhadores utilizaram uma plataforma de comunicação digital (WhatsApp) para organização e disseminação de informações.

Tal objeto é pertinente tendo em vista o contexto vigente. A consolidação da web 2.0 desenvolveu o ambiente propício para o estabelecimento dos prosumers, ou seja, usuários que são produtores e consumidores no ambiente virtual. Dentro deste binômio produção-consumo, pode-se incluir algo imaterial, que apresenta relevância

[1] BBC. Greve dos caminhoneiros: a cronologia dos 10 dias que pararam o Brasil. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-44302137>. Acesso em 10 abr. 2019.

preponderante para a sociedade em rede: a informação. Em tempos em que qualquer usuário produz e consome conteúdo, a informação é um recurso encontrado em abundância no ciberespaço.

O contínuo uso das mídias sociais e dos buscadores apenas potencializou tal produção e aquisição de informação, fazendo com que os mecanismos de curadoria (tanto os digitais quanto os humanos) tornassem-se fundamentais para que o conteúdo relevante tivesse destaque frente ao excesso informacional. Tamanho fluxo de informações e relações em rede acabaram permeando diferentes esferas, entre elas, a do espaço público.

A trajetória do conceito de espaço público é a da criação de sentidos e sua compreensão é reconfigurada, através dos tempos, na medida em que os sentidos mudam, recriam-se, alteram-se e fundem-se constantemente. Essa construção remete à ideia proporcionada pelo espaço público grego, a ágora, o lugar do exercício do poder pelo cidadão livre.

Na sociedade pós-moderna, o espaço público nasce das relações entre o Estado e outras formas de poder que se articulam na mesma sociedade. Como espaço assimétrico e fragmentado, em que as novas tecnologias e meios de comunicação ganham relevância e poder de mediação, o espaço público é a arena onde um crescente número de sujeitos e atores políticos e culturais participam e se apoderam de técnicas de comunicação, promovendo a expansão desse espaço, transformado em campo de ação de novos sujeitos-cidadãos. Assim, o espaço público pós-moderno resulta do modo como se negociam e articulam saberes e poderes, forças e interesses em um mundo regido pelas relações entre meios de comunicação e instâncias ou redes de poder.

Analisando esta esfera ou espaço público, percebe-se que as mídias sociais proporcionaram um ambiente virtual propício para a formação e propagação de redes que auxiliam na fomentação de informações que contribuem de maneira direta e indireta para a sociedade dentro e fora da *world wide web*. Parte dessa movimentação em múltiplos ambientes com implicações efetivas no cotidiano da sociedade pôde ser visto em junho de 2013, por meio de ações net-ativistas que culminaram nos protestos civis em diferentes regiões do Brasil, e, utilizando ainda outros exemplos neste sentido, os movimentos político-sociais conhecidos como Primavera Árabe (2010) e Movimento M-15 (Espanha, 2011).

Ao mesmo tempo em que aumenta o amadurecimento da utilização das mídias sociais e cresce a inclusão digital no país, a popularização da Internet permanece como algo para ser igualmente discutido. Quase 70% da população têm acesso à Internet no Brasil[2], sendo que a maioria se limita ao uso básico: leitura de e-mails e atualização em redes sociais mainstream. Além disso, apesar de haver cada vez maior participação no debate político pela Internet, ampliando, em parte, o espaço público de debate democrático, há também que analisar se os interesses (políticos, econômicos, sociais) nas mídias e redes sociais apenas são uma prolongação de interesses pré-existentes ou se esse movimento estimula que esses debates retornem, acrescidos de informação e análises, à sociedade, fora do ciberespaço.

Tal limitação remete ao conceito de ágora grega: tem-se usuários, mas não e-cidadãos, ora porque não podem, ora porque não almejam tal participação. Ou seja, a discussão política, social e econômica, embora tenha um alcance maior de indivíduos, permanece limitada a determinados nós da rede de poder e composta sobretudo por poucos laços fortes.

Tendo em vista esses aspectos, esta pesquisa visa analisar a estruturação e atuação destas redes cidadãs, enquanto espaços informacionais, de modo a verificar a existência esses e-cidadãos dentro do ambiente online.

Esta contextualização serviu como base para o estabelecimento do problema de pesquisa e das hipóteses. Movimentos sociais e participação popular permeiam o desenvolvimento das sociedades pós-modernas há séculos. No entanto, nas últimas décadas, a inclusão digital aliada à mobilidade proporcionada pelos dispositivos móveis, bem como à propagação das mídias digitais, proporcionou o ambiente propício para a emergência de redes cidadãs sem que necessariamente houvesse uma organização formal prévia, as quais levaram ao questionamento de políticas públicas e econômicas vigentes, culminando, em alguns casos, em manifestações que saíram do ambiente digital e ganharam as ruas. Assim, o problema de pesquisa do presente trabalho é: Como o aparato tecnodigital propiciou o surgimento de condições que reconfiguraram o exercício da crítica política, os limites do espaço público e de ação coletiva? O paradoxo disso é que, no contexto contemporâneo, essas redes

---

[2] De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e divulgada em dezembro de 2018, 69,3% dos brasileiros têm acesso à Internet. Esse número é baseado em dados de 2017 e que considera usuários que acessaram a Internet ao menos uma vez nos últimos três meses. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 10 abr. 2019.

sociais digitais formadas uniram-se para criticar e questionar a própria democracia e seus limites.

Considerando estes aspectos, parte-se da hipótese de que se trata de algo que pode ser entendido como uma transformação progressiva da mentalidade social vigente, uma vez que abre espaço para um novo protagonismo social, no qual embora haja interesses hegemônicos, há igualmente a presença de cidadãos que precisam expressar suas opiniões dentro e fora do ambiente online e que isto somente seria possível a partir da estruturação e análise destas redes sociais, mas que permanece restrita a poucas pessoas, levando em consideração os entraves tecnológicos e de formação cidadã presentes no Brasil. Dessa maneira, essa estrutura apresenta-se de forma semelhante às ágoras gregas, esboçando aspectos democráticos que embora encontrem um ambiente desterritorial (LÉVY, 1996) para serem disseminadas e discutidas, esbarram em gargalos sociais, culturais, econômicos, políticos e tecnológicos.

A pertinência deste tema para a Ciência da Informação (CI) parte, portanto, de dois fenômenos: compreender a centralidade da informação nos processos sociais, econômicos, políticos e culturais do mundo contemporâneo, bem como analisar o paradigma social da CI (ARAÚJO, 2017) e as atuais políticas públicas e culturais (ALMEIDA, 2016). Para Araújo (2017), as práticas informacionais ocorrem a partir da compreensão do uso da informação como uma prática discursiva, de modo a entender a linguagem a partir da dimensão de uma construção da realidade. Neste contexto, a busca, acesso e uso da informação é composta tanto de ações discursivas que são influenciadas pela realidade social, como ainda são essas mesmas ações elementos que influenciam esta realidade. Ou seja, cada “ação humana é também uma interferência naquilo que nos condiciona. Supera-se o caráter isolacionista, monológico e mecânico da abordagem tradicional [...]” (ARAÚJO, 2017, p.230).

Assim, o objetivo desta pesquisa é realizar um estudo sobre as estruturas destas redes sociais cidadãs, considerando-se aspectos teóricos, desafios tecnológicos e conceituais que abrangem a composição dos clusters e identificação dos nós, de modo a compreender com maior amplitude os laços fracos e fortes que compõem esta estrutura em rede.

A proposta é analisar quem são esses e-cidadãos enquanto sujeitos informacionais, a partir de uma abordagem sociocultural, cuja característica comum é a ênfase no caráter coletivo, intersubjetivo, das ações promovidas pelos sujeitos

informacionais, e do enraizamento destas ações em contextos sócio históricos específicos.

Tal análise fornecerá subsídios relevantes para a compreensão da composição dessas redes cidadãs no ambiente online, bem como do fluxo de informações nessas estruturas.

Na bibliografia da Ciência da Informação há algumas tentativas de estudar esses processos, em especial no que tange à circulação da informação científica, na constituição de redes de colaboração e parceria acadêmica, quase sempre com um caráter mais de estudos bibliométricos. O presente trabalho procura avançar um pouco mais, na tentativa de compreender as dinâmicas sociais que se estabelecem por meio (e por trás) das redes, estabelecendo assim um diálogo com campos fronteiriços à CI, como as Ciências da Comunicação, a Sociologia e a Ciência Política.

Para tanto, o primeiro capítulo, intitulado Ágoras Pós-Modernas: contexto social, político e cultural, aborda conceitos que contextualizam uma democracia digital ainda latente, considerando aspectos como espaço público e privado (LOBODA; ANGELI, 2005; LEAL, 2006; ARENDT, 2008), o surgimento da informação nestes espaços (ADORNO e HORKHEIMER, 1985) e como eles são ressignificados a partir do modo como os indivíduos relacionam-se entre si e consigo mesmos (BAUMAN, 2001; CASTELLS, 2003, 2017), a partir de sua relação com a tecnologia e a questão do empoderamento (BAUMAN, 2001).

No segundo capítulo – Ciberespaço, Mídias Sociais e Movimentos Sociais – é discutida e analisada a questão da democracia e das relações de poder dentro da sociedade contemporânea (BOBBIO, 2000), considerando-se como a participação cidadã e as mídias sociais desenrolam-se nesse contexto, compreendendo-se os seus papéis (DELLA PORTA, 2015; CASTELLS, 2009, 2015) e a questão da Internet e da ação coletiva (OLSON, 1965; RHEINGOLD, 2004), de modo a entender o estabelecimento de uma identidade coletiva (MELUCCI, 2001).

O capítulo intitulado Mídias Sociais e o E-cidadão, segue como terceiro capítulo, composto por conceitos e propostas metodológicas de análises de redes sociais (ARS) (RECUERO, 2014, 2018; WASSERMAN; FAUST, 1994; MALINI, 2016) e da análise deste e-cidadão em três estudos de caso, a saber: o Marco Civil da Internet (2015 e 2016); a Parada do Orgulho LGBT de São Paulo (2018) e o movimento #EleNão, ocorrido na ocasião da campanha presidencial de 2018. Eles foram estudados e pesquisados tendo em vista conceitos como feminismo, ativismo,

mídias sociais e movimentos cidadãos de autores como Butler (2018), Di Felice (2017), Primo (2013), Leff (2001), entre outros.

Seguem-se as considerações finais, na qual se apresenta uma síntese do percurso percorrido, estabelecendo pontes com a discussão da CI e apontando futuros desdobramentos.

1 ÁGORAS PÓS-MODERNAS: CONTEXTO SOCIAL, POLÍTICO E CULTURAL

Este capítulo tem por objetivo contextualizar a democracia digital dentro de uma sociedade líquida, que ainda está aprendendo a usufruir e utilizar a Internet, alfabetizando-se digitalmente. Nesse processo de aprendizagem, inúmeros conceitos passam por ressignificações, como os de espaço público e privado, as práticas informativas nesses espaços e as relações sociais e individuais.

Uma ideia muito comum entre as pessoas é a de que que as ágoras eram espaços livres centrais estabelecidos na Grécia Antiga, onde os atenienses podiam exercer seu papel democrático, artístico e também fazer compras. Embora todas as pessoas pudessem utilizar aquele espaço na pólis para manifestar-se, tratava-se de uma pseudodemocracia, uma vez que a escravidão era uma prática vigente e que nem todos os indivíduos eram considerados cidadãos.

Neste momento cabe ressaltar o conceito de cidadania ateniense como o direito à participação política, ou seja, apenas ¼ da população – composta por oligarcas e militares – tinha inicialmente este direito. Posteriormente, tal direito foi estendido aos demais homens livres que possuíam posses. Mulheres e escravos, bem como homens sem posse permaneceram sem cidadania. Dessa forma, na ágora, os não cidadãos tinham o direito à expressão de suas opiniões, mas não ao poder de decisão. A ágora grega, portanto, era apenas “um espaço de comunicação, de construção de discurso” (FINLEY apud CORTEZ, 2007, p.145). Ela funcionava como um palco de debates políticos, artísticos e filosóficos. E, mesmo não sendo o escopo deste trabalho detalhar todo o funcionamento da pólis, é preciso fazer uma breve contextualização para compreender porquê as redes sociais cidadãs atualmente vigentes no ciberespaço assemelham-se às ágoras gregas, no que se refere à ilusão de um ambiente democrático, plural e inclusivo.

As cidades-Estados surgem como uma restruturação política, social, administrativa e econômica decorrente da invasão das tribos Dóricas em território micênico (século XII, antes de Cristo). O rei micênico, que concentrava as principais decisões, cede espaço para a instituição da cidade-Estado (pólis) e igualmente prepara o ambiente necessário para o surgimento de outro aspecto relevante da Idade Média grega – período compreendido entre XII e VIII aC –: o pensamento racional.

A Grécia se reconhece em uma certa forma de vida social, num tipo de reflexão que define a seus próprios olhos sua originalidade, sua superioridade sobre o mundo bárbaro: no lugar do Rei, cuja onipotência se exerce sem controle, sem limite, no recesso de seu palácio, a vida política grega pretende ser o objeto de um debate público, em plena luz do sol, na Ágora, da parte de cidadãos definidos como iguais e de quem o Estado é a questão comum; no lugar das antigas cosmogonias associadas a rituais reais e a mitos de soberania, um pensamento novo procura estabelecer a ordem do mundo em relações de simetria, de equilíbrio, de igualdade entre os diversos elementos que compõem o cosmos. (VERNANT, 1989, p. 6)

A ágora surge, assim, como um espaço público para o desenvolvimento desse pensamento racional, onde debates, argumentos e disputas oratórias acontecem, em meio a ritos comerciais. Espaço público construído por meio das edificações, cujas construções urbanas eram arquitetadas em torno da praça pública, e por meio das relações sociais e culturais daqueles que lá viviam.

É igualmente na ágora que ocorre a publicização das atividades da pólis. Era neste lugar que as regras eram ditas em voz alta, para que todos pudessem ouvir. Foi a base para o estabelecimento de normas escritas. Era o começo da noção de cidadania. Um símbolo de ruptura. Paralelamente, era o local onde qualquer indivíduo podia exercer a sua individualidade e debater sobre qualquer questão, ficando à mercê de críticas e contra-argumentos.

Diante desta breve contextualização, percebe-se porquê diferentes autores utilizaram as ágoras gregas para explicar os processos comunicacionais, o pensamento racional e a questão dos espaços públicos e privados (LOBODA; ANGELI, 2005; LEAL, 2006; ARENDT, 2008). Adorno e Horkheimer (1985) foram alguns dos pensadores que atentaram para a relevância da ágora para o surgimento da informação, e como esta acabava por refletir na construção social grega:

> Os conceitos filosóficos nos quais Platão e Aristóteles expõem o mundo, exigiram, com sua pretensão de validade universal, as relações por eles fundamentadas como a verdadeira e efetiva realidade. Esses conceitos provêm, como diz Vico, da praça do mercado de Atenas. Eles refletiam com a mesma pureza das leis da física a igualdade dos cidadãos plenos e a inferioridade das mulheres, das crianças e dos escravos. A própria linguagem conferia ao que era dito, isto é, às relações da dominação, aquela universalidade que ela tinha assumido como veículo de uma sociedade civil. (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p.14)

Por ser um espaço de livre circulação e discussão de ideias, a ágora grega funcionava como um meio de comunicação, sendo democrático e inclusivo, ainda que não interferisse nos processos decisórios da pólis. Era nesse ambiente que as esferas públicas e privadas eram desenhadas por meio das interações entre os indivíduos. Interações e esferas que podem ser identificadas até o momento atual.

As esferas pública e privada apresentam suas próprias interações. Na esfera privada, por exemplo, estão as realizações que estão basicamente conectadas ao atendimento das necessidades biológicas, tais como a perpetuação da vida e a questão da sobrevivência. A esfera privada, por sua vez, é o ambiente no qual as interações vão além da condição natural mais imediata, de modo a buscar a liberdade e a visibilidade no mundo. Para compreender esta busca, no entanto, é preciso considerar as categorias labor, trabalho e ação. (ARENDT, 2008).

Para a autora (2008), o labor é uma atividade inerente à natureza humana e identifica-se com a necessidade de preservação da vida. Nesta divisão clássica das atividades humanas, caberia ao homem garantir o alimento e a segurança, enquanto a mulher deveria servir para fins reprodutivos. Já o trabalho refere-se ao que não é natural, ou seja, é quando o homem passa a criar coisas artificiais, as quais revelam o homo faber. A ação, por sua vez, trata-se de uma outra atividade humana, sendo que sua realização precisa de um ambiente com interações contínuas entre homens. É justamente este caráter interacional que faz com que ação se diferencie das demais categorias (labor e trabalho), uma vez que ela se compromete com a esfera pública e as demais estão originalmente estabelecidas na esfera privada.

Dessa forma, a esfera da casa (oikos) equivale ao ambiente da vida privada, a qual está relacionada às demandas naturais dos seres humanos, assim descrita por Arendt (2008, p.40):

> O fato de que a manutenção individual fosse a tarefa do homem e a sobrevivência da espécie fosse a tarefa da mulher era tido como óbvio; e ambas estas funções naturais, o labor do homem no suprimento de alimentos e o labor da mulher no parto, eram sujeitas à mesma premência de vida.

Por sua vez, a esfera pública, representada neste caso como a ágora, tratava-se do lugar comum, local das interações e exercício da liberdade, ambiente onde os debates e as discussões eram permitidos, e que não eram possíveis de serem realizados no âmbito privado, visto que existiam diferenças socioeconômicas e

biológicas, conforme visto anteriormente. Assim, é na esfera pública no âmbito da ação que os indivíduos podem se considerar livres e iguais, indo além das categorias labor e trabalho.

E é igualmente na esfera pública que habita a hegemonia da persuasão, do discurso. A intensa busca pela visibilidade, que paralelamente é a busca pela liberdade, no contexto da cena pública, acaba por redimensionar a existência humana, a qual tem seus parâmetros estabelecidos pela ação e faz surgir, por meio de uma outra dimensão de interações, a esfera social. (ARENDT, 2008)

Esta última trata-se de um fenômeno que surge em um movimento de complexidade, trazendo a público temas que até então estavam restritos à esfera privada. Tem-se início, assim, a uma linha cada vez mais tênue entre o público e o privado, a qual é potencializada pelo uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC's).

Neste sentido, Habermas (1962, 1980, 1984), revisitado por Almeida (2012), dialoga com Arendt (2008) no sentido de ressignificação da esfera pública e da relevância dos aparatos tecnológicos para o estabelecimento de ações comunicacionais e, por conseguinte, laços sociais. Ou seja, para o "surgimento de um novo conceito de público também necessita ser pensado em relação a um fato tecnológico [...]". (ALMEIDA, 2012, p.138)

Pode-se assim pensar em ciberesferas públicas, em que indivíduos passam a discutir e refletir sobre os mais diversos assuntos, inclusive os políticos.

Ao mesmo tempo em que aumenta o amadurecimento da utilização das mídias sociais e cresce a inclusão digital no país, a popularização da Internet permanece como algo para ser igualmente discutido. Mais de 70% da população têm acesso à Internet no Brasil e, destes 70%, um número menor é composto por aqueles que utilizam todo o potencial da web, sendo que a maioria se limita ao uso básico: leitura de e-mails e atualização em redes sociais *mainstream*. Além disso, apesar de haver cada vez maior participação no debate político pela Internet, ampliando, em parte, o espaço público de debate democrático, há também que analisar se os interesses (políticos, o debate político) nas mídias e redes sociais apenas são uma prolongação de interesses pré-existentes ou se esse movimento estimula (ou impede?) que esses debates retornem, acrescidos de informação e análises, à sociedade, fora do ciberespaço.

1.1 O contexto atual

A consolidação da web 2.0 desenvolveu o ambiente propício para o estabelecimento dos *prosumers*, ou seja, usuários que são no ambiente virtual produtores e consumidores de algo que apresenta relevância preponderante para a sociedade em rede: a informação. O contínuo uso das mídias sociais e dos buscadores apenas potencializou tal produção e aquisição de informação, fazendo com que os mecanismos de curadoria se tornassem fundamentais para que o conteúdo relevante tivesse destaque frente ao excesso informacional. Tamanho fluxo de informações e relações em rede acabaram permeando diferentes esferas, entre elas, a da esfera ou espaço público.

Na sociedade contemporânea, o espaço público nasce das relações entre o Estado e outras formas de poder que se articulam na mesma sociedade. Como espaço assimétrico e fragmentado, em que as novas tecnologias e meios de comunicação ganham relevância e poder de mediação, o espaço público é a arena onde um crescente número de sujeitos e atores políticos e culturais participam e se apoderam de técnicas de comunicação, promovendo a expansão desse espaço, transformado em campo de ação de novos sujeitos-cidadãos. O espaço público, na contemporaneidade, nessa perspectiva, e sob a norma do conflito e a sombra da incerteza que deriva de processos econômicos, culturais e políticos tornando a vida em sociedade cada vez mais fluida e precária, resulta do modo como se negociam e articulam saberes e poderes, forças e interesses em um mundo regido pelas relações entre meios de comunicação e instâncias ou redes de poder. Lembrando que, para Habermas, a esfera pública era:

> a esfera dos privados reunidos como público, teremos uma nova condição social, pública e privada ao mesmo tempo, resultante da soma dos interesses particulares da burguesia, portadora de uma racionalidade jurídica e coletiva distinta da racionalidade do Estado, mas, ao mesmo tempo, em interação com a mesma. (ALMEIDA, 2012, p. 137)

O conflito muda as sociedades, que são geridas pela política. O aparecimento de um fenômeno de implicações revolucionárias, no sentido das transformações de múltiplos significados que estão em processo paralelamente ao seu desenvolvimento, como é a Internet, impactou a política, as relações de poder, a própria constituição do poder. Os movimentos sociais e os atores políticos, inclusive, cada vez mais utilizam

a Internet como instrumento de atuação, informação, recrutamento, dominação e contradominação. Assim, o ciberespaço se converteu num palco, no cenário progressivamente mais disputado por esses atores políticos. Retomando neste momento os conceitos apresentados por Habermas, percebe-se que:

> A atividade política é vista, nessa ótica, como fruto da articulação entre espontaneidade social e eficácia institucional. Ora, o lugar social por excelência da prática comunicativa é o espaço público político, em oposição ao espaço institucional das rotinas burocráticas (é possível perceber aqui a oposição mundo da vida x mundo dos sistemas). (ALMEIDA, 2012, p.135)

Ademais, apesar de haver cada vez maior participação no debate político pela Internet, ampliando, em parte, o espaço público de debate democrático, há também que analisar se os interesses (políticos, o debate político) nas mídias e redes sociais apenas são uma prolongação de interesses pré-existentes ou se esse movimento estimula (ou impede?) que esses debates retornem, acrescidos de informação e análises, à sociedade, fora do ciberespaço. Tem-se, assim, que:

> Na medida em que as TIC's possibilitam o conhecimento de muitas realidades, permitindo que se empreenda uma visão mais crítica da sua própria vida em sociedade, elas também permitem que indivíduos ajam em grupo para reivindicar mudanças para uma sociedade mais ética, permitindo assim que lugares antes esquecidos possam ter seus direitos de cidadania ouvidos. A partir da análise comparada, é possível construir uma visão mais crítica das várias interpretações da realidade política e social, tanto nas comunidades em que vivemos como no exterior. É verdade que as intervenções sociais muitas vezes não alcançam as proporções que poderiam, mas ainda assim a união comunitária virtual traz consigo possibilidades antes inimagináveis. A forma como se tem acesso as informações vêm se diversificando e esse fator traz consigo uma variedade de possibilidades aos usuários. As TIC's trazem consigo novas possibilidades para que comunidades disponibilizem seus conteúdos culturais e criem diversificadas formas de interação a partir deles. Esses sistemas simbólicos medeiam o desenvolvimento social dos indivíduos, através de recortes do real e da aproximação interpessoal. (ALMEIDA, 2012, p.148)

1.2 A sociedade na era de informação

Para entender o contexto atual da sociedade, apoia-se em Bauman, que explica que: "De fato, a modernidade é, talvez mais que qualquer outra coisa, a história do tempo: a modernidade é o tempo em que o tempo tem uma história" (BAUMAN, 2011, p.140).

A world wide web revolucionou a compreensão e formação das relações dos indivíduos com seus ambientes de vivência – sejam profissionais, familiares, educacionais ou sociais –, mas ela é apenas uma ferramenta, cujo valor é adquirido a partir da apropriação humana. Isso significa que o seu real valor é obtido pelo processo de significação humana. Caso a sociedade não estivesse pronta para mudanças nas formas de se comunicar, ela teria a mesma utilidade de uma caneta sem tinta. Assim sendo, como apontam Bauman (2001) e Castells (2017), a mudança mais considerável na sociedade do século XX e XXI foi a própria sociedade, sendo sua principal característica a individualização dos processos sociais. Essa questão fica evidente quando se passa a analisar processos do dia a dia. Os indivíduos voltam seus esforços a iniciativas cujos propósitos e valores estejam alinhados às suas vivências pessoais. De acordo como Castells (2017), identifica-se que a empatia com causas alheias opostas ou indiferentes às crenças dos indivíduos em certa medida diminui se não impactarem emoções ou sentimentos íntimos.

As questões abordadas nesta tese dialogam com Castells (2017), que acredita que apesar de o termo comunidade estar em evidência atualmente, uma vez que está empregado em sites e redes sociais online, ele não representa adequadamente o repertório desses indivíduos, o que eles viveram. Igualmente comum é verificar que se vive no século XXI no contexto da sociedade em rede: “Dessa forma, a grande transformação da sociabilidade em sociedades complexas ocorreu com a substituição de comunidades espaciais por redes como formas fundamentais de sociabilidade” (CASTELLS, 2003, p.107). Percebe-se, dessa forma, que a conexão entre as pessoas, antes relacionada à necessidade de coexistência em um mesmo espaço físico, neste momento baseia-se em elos entre pontos distintos, de modo a formar redes diversas.

Tem-se assim que a popularização da Internet parece adequar-se à crescente individualização das pessoas, tanto no que tange à emissão de informações (de um para vários e de vários para vários), quanto à acessibilidade às informações. A web, portanto, distingue-se dos meios de comunicação e de interação social que a precederam.

Retomando a história da escrita e, porque não dizer, da comunicação, durante muitos séculos, teve-se a escrita e a leitura como privilégios de castas superiores das sociedades, quando não eram de exclusividade do clero. No entanto, na atualidade, tem-se que teoricamente a maior parte da população sabe ler e escrever. Esses

números, todavia, não trazem a questão do analfabetismo funcional, que atinge 27% da população brasileira. Isso significa que a posse da técnica de leitura e escrita em sua plenitude não assume necessariamente a sociedade brasileira, comprometendo em alguns aspectos o fenômeno de empoderamento do indivíduo sobre seu próprio eu, seus propósitos e seu entendimento de vida[3]. Neste caso, entende-se como empoderamento:

> É de difundido consenso que o 'empoderamento' (termo usado nos atuais debates de forma praticamente intercambiável com 'habilitação' ou 'autorização') é alcançado quando as pessoas adquirem a destreza para controlar ou pelo menos influenciar de modo significativo as forças pessoais, políticas, econômicas e sociais pelas quais suas trajetórias de vida seriam fustigadas se não houvesse essa habilidade; em outras palavras, ser 'empoderado' significa ser capaz de fazer escolhas e atuar efetivamente sobre as escolhas feitas; isso, por sua vez, significa uma capacidade para influenciar a gama de escolhas disponíveis e as configurações sociais nas quais as escolhas são feitas e buscadas. Sem meias palavras, o empoderamento genuíno exige não apenas a aquisição de habilidades que permitiriam jogar bem um jogo projetado pelos outros, mas também a aquisição de poderes que permitiriam à pessoa influenciar os objetivos, prêmio e regras do jogo – em resumo, habilidades não apenas pessoais, mas também sociais. (BAUMAN, 2011, p.193 - 194).

Contextualizando os veículos de comunicação mais convencionais, como imprensa, televisão e rádio, verifica-se que sua criação e manutenção exigem amplos investimentos monetários e sociais. E, além dos próprios investimentos, precisa-se levar em consideração o tipo de comunicação desenvolvida nestes casos. Trata-se da emissão unilateral de informações, ou seja, flui de um emissor para vários receptores. As plataformas digitais, no entanto, além de possibilitarem um novo formato de comunicação por serem espaços dialógicos e bilaterais, diminuem os custos unitários de cada acesso e até mesmo da construção de conteúdo.

Percebe-se, portanto, que inúmeros formatos de mídia surgiram desde a invenção dos tipos móveis por Gutenberg. No entanto, até o final do século XX, grande parte dessas mídias requeriam altos custos de investimento. Com a popularização do acesso à web e a comercialização e a criação de novas plataformas digitais, nota-se que é dispendioso ser proprietário dos meios de produção mais tradicionais, o que aumenta a atratividade do ambiente digital e leva aos antigos formatos uma operação basicamente de alto risco. (SHIRKY, 2011, p.44).

---

3 FAJARDO, Vanessa. Como o analfabetismo funcional influencia a relação com as redes sociais no Brasil. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46177957. Acesso em 10 abr. 2019.

Embora seja possível caracterizar a comunicação digital como sendo de muitos para muitos, é válido ressaltar que não há na web a possibilidade de vários usuários emitirem exatamente o mesmo conteúdo de forma simultânea. O que se tem, na verdade, é o fato de as interações, as respostas e os feedbacks poderem – ou não – serem praticamente instantâneos, o que substitui a emissão organizada de informações pela "conversação informal" (RECUERO, 2014).

Trata-se da democratização da informação e da comunicação, por meio da qual qualquer indivíduo pode se apropriar de plataformas digitais (ou até mesmo desenvolver sua própria plataforma), elaborando conteúdo em ambientes como sites, aplicativos, blogs, LinkedIn, Medium, Instagram, Twitter ou Facebook, entre outros, e, através dessa presença, emitir opiniões, impressões e transmitir informações.

Ainda que a web proporcione nesta ilusão de que tudo é permitido e possível, muito disso fruto de uma cultura hacker das décadas de 1970 e 1980, é preciso compreender que há capitais sociais e econômicos peculiares que permeiam as relações presentes neste ambiente digital. Mesmo que o ambiente digital e as plataformas permitam a horizontalização e popularização dos mecanismos de controle da comunicação, eles não estão deslocados das questões referentes à economia capitalista, uma vez que a estrutura técnica responsável pela construção das plataformas nas quais as mensagens são formuladas e compartilhadas pertencem em grande parte dos casos a empresas ou governos.

Um dos exemplos mais evidentes desta afirmação é o Facebook, uma rede social online gratuita que possui mais de dois bilhões de usuários inscritos e que tem como um de seus criadores Mark Zuckerberg. Nela, os usuários podem interagir com os demais e divulgar suas mensagens, imagens e vídeos. No entanto, trata-se de uma liberdade limitada, pois sabe-se que dados públicos deste site de rede social já foram comercializados e que seus proprietários podem a qualquer momento interromper ou deletar a rede. De maneira similar, tem-se o Twitter, com 319 milhões[4] de usuários ativos mensais. Caso os proprietários da empresa optem por desligar ou extinguir esta plataforma, eles possuem independência e autoridade para fazê-lo, ainda que esta decisão cause descontentamento por parte dos usuários.

---

[4] Dados obtidos no blog oficial do Twitter. Disponível em: < https://blog.twitter.com/>. Acesso em: 10 abr. 2019.

De qualquer forma, os sites de redes sociais e os conteúdos neles desenvolvidos estão intrinsecamente ligados às vivências dos indivíduos e, muito provavelmente, um site como esse, se excluído, motivaria o desenvolvimento de um outro site semelhante.

Ao participar desses sites de redes sociais, percebe-se que os usuários deixam rastros de seu acesso, seja de forma consciente ou de forma inconsciente, por meio de permissividade ou de ignorância aos termos e condições de uso. Esses rastros são deixados quando se fazem compras online, ao acessar sites com contas sociais, ao acessar e-mails, ver séries ou ouvir músicas, enfim, qualquer ação online pode gerar dados que podem ser rastreados. Assim, além do escândalo do caso Cambridge Analytica, o Facebook, por exemplo, sofreu críticas ao permitir que um aplicativo chamado Nametests e que poderia ser utilizado pode meio de seu site, expusesse no final de 2018 os dados de mais de 120 milhões de usuários[5]. Tal contextualização mostra que independentemente de se estar presente em sites de redes sociais, os indivíduos estão digitalmente conectados, como explica Bauman (2011):

> Considerando essas condições, a invenção de redes computadorizadas veio bem a calhar. Uma das muitas virtudes da internet (e uma das principais causas de sua desconcertante taxa de crescimento) é que ela liquida a incômoda necessidade de se tomar partido diante da antiga e agora fora de moda e mal compreendida oposição entre trabalho e lazer, esforço e descanso, ação dotada de propósito e frivolidade, ou empenho e indolência. O que são as horas gastas em frente ao computador abrindo caminho em meio à floresta de sites? Obrigação ou diversão, trabalho ou prazer? Não se pode dizer, não se sabe, mas deve-se ser perdoado do pecado da ignorância, uma vez que não há resposta confiável para esse dilema, nem pode haver, antes que o destino apresente suas cartas. (BAUMAN, 2011, p.137).

Esta multiplicidade de caminhos proporcionados pela apropriação da web pelos indivíduos constitui-se como um fenômeno positivo, uma vez que expõe cada um destes usuários a inúmeras realidades e opiniões as quais não teriam acesso tão facilmente, ou ainda que de forma mais limitada em sociedades (e mídias) analógicas. E, ainda que se tenha mais de 25 anos de Internet no Brasil, constata-se que há um

---

[5] ALECRIM, Emerson. Quiz do Facebook expôs dados de mais de 120 milhões de usuários do Facebook. Disponível em: https://tecnoblog.net/249220/facebook-nametests-dados-usuarios/. Acesso em: 10 set. 2019.

grande potencial de desenvolvimento, baseado principalmente na inserção diária do ambiente digital na vida em sociedade, como destaca Recuero (2014):

> A cada dia, pessoas de todo o mundo conectam-se à Internet e engajam-se em interações com outras pessoas. Através dessas interações, cada uma dessas pessoas é exposta a novas ideias, diferentes pontos de vista e novas informações. Com o advento dos sites de rede social, essas conversações online passaram a criar novos impactos, espalhando-se pelas conexões estabelecidas nessas ferramentas e, através delas, sendo amplificadas para outros grupos. São centenas, milhares de novas formas de trocas sociais que constroem conversações públicas, coletivas, síncronas e assíncronas, que permeiam grupos e sistemas diferentes, migram, espalham-se e semeiam novos comportamentos. São conversações em rede. (RECUERO, 2014, p.121).

Ainda que a web e os sites de redes sociais estejam cada vez mais presentes no cotidiano da sociedade do século XXI, o debate sobre a utilização desses ambientes digitais e o impacto deles na vida dos indivíduos torna-se relevante e necessário, principalmente se for considerado o analfabetismo digital de alguns países, inclusive do Brasil. Nesse sentido, dialoga-se com Castells (2003):

> Por outro lado, críticos da Internet, e reportagens da mídia, por vezes baseando-se em estudos de pesquisadores acadêmicos, sustentam que a difusão da Internet está conduzindo ao isolamento social, a um colapso da comunicação social e da vida familiar, na medida em que indivíduos sem face praticam uma sociabilidade aleatória, abandonando ao mesmo tempo interações face a face em ambientes reais. Além disso, dedicou-se grande atenção a intercâmbios sociais baseados em identidades falsas e representação de papéis. Assim, a Internet foi acusada de induzir gradualmente as pessoas a viver suas fantasias online, fugindo do mundo real, numa cultura cada vez mais dominada pela realidade virtual. (CASTELLS, 2003, p.98).

Nesta tese, tal questionamento representa a inadequação dos indivíduos que estabeleceram e estanquearam sua subjetividade na denominada “modernidade sólida” (BAUMAN, 2001), ou seja, não conseguiram percorrer o caminho necessário para que a subjetividade atingisse a maturidade para entrar na “modernidade líquida” (BAUMAN, 2001). São indivíduos que se preocupam excessivamente sobre a influência da web, por ter seu significado apropriado individualmente, no estabelecimento de relações reais entre pessoas. Essas questões trazem um novo olhar sobre as relações humanas. Por exemplo, conversar com alguém em outro país, dialogar com desconhecidos em um fórum, pode ou não ser considerado um tipo de contato? Não se trata de uma questão simples. Ela depende do quanto consideramos

o contexto em que ela está inserida. Para os baby boomers, por exemplo, o contato estabelece-se principalmente no âmbito de trocas físicas de significado; já para os millenials, por sua vez, o contato virtual é tão real quanto o físico.

> Mas não é uma sociedade puramente virtual. Há uma íntima conexão entre as redes virtuais e as redes da vida em geral. O mundo real em nossa época é um mundo híbrido, não um mundo virtual nem um mundo segregado que separaria a conexão online da interação off-line. (CASTELLS, 2017, p.202).

Percebe-se, dessa forma, que a world wide web não se trata somente de um ambiente facilitador de processos humanos; ela vai além, uma vez que o estranhamento por meio dela facilitado está respaldado em um processo de reformulação das atuais compreensões de espaço e tempo (BAUMAN, 2001). O resultado destas questões traz características constantes das interações humanas, nas quais são agregados outros elementos no dia a dia.

> O caráter humano é o componente essencial do nosso comportamento sociável e generoso, mesmo quando coordenado com ferramentas de alta tecnologia. As interpretações focadas na tecnologia para entender esses comportamentos erram o alvo: a tecnologia possibilita esses comportamentos, mas não pode causá-los. (SHIRKY, 2011, p.90).

Isso significa que, embora haja pontos como inteligência artificial e uso de algoritmos que identificam o comportamento dos usuários, as relações são humanas. A subjetividade foi alterada nesta modernidade líquida, o que pode ocasionar Ou seja, o uso maciço da web alterou a subjetividade das pessoas, o que pode ocasionar em tensões entre gerações diferentes. Trata-se de entendimentos conflitantes, já que as relações de trabalho, lazer, envolvimentos amorosos, por exemplo, foram adaptados ao cotidiano digital. “Nossas diferenças profissionais, sociais, étnicas, de gênero, geográficas e culturais levam a consequências muito diferentes na relação de cada um de nós com a sociedade de rede” (CASTELLS, 2003, p. 229).

Há ainda um outro olhar sobre este ambiente digital. Ela se refere às identidades falsas, as quais se supõem serem mais frequentes nos meios virtuais. De acordo com autores que sinalizam neste sentido, os indivíduos, por acreditarem na representação da web como um ambiente anarquista, oriundo da cultura hacker, sem regras definidas, dariam espaço para a elaboração de identidades falsas, como personas, que apresentam características falsas como sendo verdadeiras. Embora

estas questões devam ser consideradas em análises sobre o ambiente digital, deve-se considerar que os indivíduos, independentemente de estarem ou não em sites de redes sociais ou navegando na web, são seres em constante mutação. Por isso, não se pode esperar que um perfil digital, um usuário, tenha exatamente o mesmo comportamento de sua vida off-line. É preciso entender a complexidade dos seres humanos e sua adaptabilidade. “Não há afirmação que não seja autoafirmação, nem identidade que não seja construída” (BAUMAN, 2001, p.223). Seja no ambiente online, como no ambiente virtual.

Dessa forma, percebe-se que a web pode assumir tanto representações positivas quanto negativas a partir das vivências individuais das pessoas, sendo que o uso que se faz desse ambiente é reflexo das intenções dos usuários (e até porque não dizer dos algoritmos). Trata-se de um fenômeno que reflete mais a sociedade em si, do que ser um reflexo tecnológico isolado, tal como destaca Castells (2003) ao demonstrar o papel da ferramenta na conexão entre indivíduos que se encontram fisicamente afastados,

> A internet parece também desempenhar um papel positivo na manutenção de laços fortes à distância. Já se observou muitas vezes que relações de família, pressionadas pela crescente disparidade das formas de família, pelo individualismo e, por vezes, pela mobilidade geográfica, estão sendo ajudadas pelo uso do e-mail. Não só o e-mail fornece um instrumento fácil para ‘estar ali’ à distância, como torna mais fácil marcar presença sem se envolver numa interação mais profunda para a qual não se dispões de energia emocional naquele dia. (CASTELLS, 2003, p. 109).

Percebe-se, portanto, que a world wide web não é um ambiente virtual onisciente, que controla os indivíduos a qualquer tempo e espaço, e que domina e manipula os âmbitos de convivências pessoais e coletivos, de modo a transformar questões culturais, econômicas, políticas e sociais. Trata-se sim de um ambiente onipresente, mas que é somente um reflexo dos comportamentos dos indivíduos na sociedade. Ou seja, as pessoas se apropriaram desse ambiente para, entre outras funções, reafirmarem e alcançarem objetivos pessoais. Considerando este contexto, talvez sejam esses os motivos de terem levado as plataformas digitais a um patamar de tamanha repercussão. Tal como apresenta Recuero: “Nesse sentido, é importante salientar a percepção da conversação mediada pelo computador como uma apropriação de um sistema técnico para uma prática social” (RECUERO, 2014, p.18).

Nesse mesmo sentido, Castells (2003) entende que a tecnologia não pode subjugar a sociedade. Trata-se apenas de um mero reflexo. “É uma extensão da vida como ela é, em todas as suas dimensões e sob todas as suas modalidades. Ademais, mesmo na representação de papéis e nas salas informais de chat, vidas reais (inclusive vidas online) parecem moldar a interação online” (CASTELLS, 2003, p. 100).

Assim, comparando-se aos séculos XIX e XX, sobretudo quando se observa as últimas décadas do último século, percebe-se que a web proporcionou relações (sociais e econômicas) mais fluídas, intercambiáveis e menos comprometidas. Todavia, conforme apontado anteriormente neste trabalho, isso é relativo à flexibilidade oriunda da denominada modernidade líquida, em que os objetos, as convenções sociais e os próprios seres humanos não são dotados de um estado imutável, fixo e indestrutível; é justamente o contrário, eles apresentam capacidades mutáveis e em eterna transformação (BAUMAN, 2001). A web, independentemente do que acreditam seus críticos ou seus apoiadores, é assimilada como uma ferramenta possibilitadora de novas formações e compreensões, inclusive da própria sociedade.

Ela permite que os indivíduos busquem pela estruturação de seu lugar na sociedade, a qual pode tanto ser uma resposta aos interesses individuais de cada um e de todos. Trata-se de uma oposição aos antigos sistemas representativos, nos quais os indivíduos eram entendidos pelas mídias e pelos governos como um conjunto de números passivos e idênticos entre si. Trazendo para os estudos de caso presentes neste trabalho, percebe-se que as manifestações analógicas eram coletivas e não autônomas. Retomando Bauman (2001), este desejo pulsante que busca por autonomia e força dentro da modernidade líquida é inerente à sociedade atual, perpassando os ambientes online e off-line, de modo a não ser exclusiva da web, a qual é atualmente um dos meios mais adequados nessa busca por autonomia.

É sobretudo nos sites de redes sociais que os indivíduos recorrem para fortalecer suas causas e encontrar outras pessoas que estão em ressonância com suas ideias, trazendo mais uma vez a ideia de viver em comunidade, quebrando barreiras geográficas. Isso ficou bastante evidente nos estudos de caso do Marco Civil da Internet, Parada do Orgulho LGBT+ e da manifestação #EleNão. As plataformas digitais foram ferramentas importantes para que essas manifestações surgissem e reverberassem.

Os sites de redes sociais, portanto, são instrumentos que viabilizam e consolidam movimentos tecnopolíticos. Por isso, é pertinente evidenciar o que se entenderá como sites de redes sociais, bem como o próprio conceito de rede social, que serão adotados nesta tese. Tal conceito foi composto a partir da observação dos posicionamentos de Recuero (2014) e Castells (2003), os quais consideram que os indivíduos, suas relações e seus propósitos são estabelecidos primeiramente em um âmbito exterior à web e também dentro dela. Mesmo porque os conceitos referentes às redes sociais já estão presentes em diferentes pesquisas das áreas de Ciências Sociais desde a década de 1960.

Dentro deste aspecto, entende-se redes sociais como grupos de atores (indivíduos, organizações) que utilizam determinadas plataformas para estabelecer conexões. Assim sendo, o senso comum de que Twitter, LinkedIn e Facebook são redes sociais está errado, uma vez que eles são somente os sites que proporcionam a emergência dessas redes. As redes sociais online, portanto, não são pré-construídas pelas plataformas, mas, sim, apropriadas pelos atores sociais que lhes conferem sentido e que as adaptam para suas práticas sociais. (RECUERO, 2014, p.19-20).

Nota-se, dessa maneira, que as redes sociais não são exclusivas de um ambiente digital. Todavia, foi esse ambiente que proporcionou o surgimento de outras relações, conexões. É por estas questões que Castells (2003) entende que os grupos virtuais não são comunidades, uma vez que o significado de comunidade, para o autor, vai além da reunião, física ou virtual, de indivíduos com interesses em comum. Nesse caso, as redes online assumem outros significados sociais,

> A noção de ‘comunidades virtuais’, proposta pelos pioneiros da interação social na Internet, tinha uma grande virtude: chamava a atenção para o surgimento de novos suportes tecnológicos para a sociabilidade, diferentes de formas anteriores de interação, mas não necessariamente inferiores a elas. Mas induziu também a um grande equívoco: o termo ‘comunidade’, com todas as suas fortes conotações, confundiu formar diferentes de relação social e estimulou discussão ideológica entre aqueles nostálgicos da antiga comunidade, espacialmente limitada, e os defensores entusiásticos da comunidade de escolha possibilitada pela Internet. (CASTELLS, 2003, p.105).

Atualmente há diferentes plataformas de interação entre indivíduos, tais como WhatsApp, Telegram, Skype, Zoom, e sites de redes sociais, com TikTok, Instagram, Facebook, Twitter, Linkedin. Independentemente do tipo, ambos apresentam

características comuns como rapidez e a possibilidade de conversas com múltiplos usuários em tempos e espaços intercambiáveis, o que significa que “[...] por conta da presença desses sites, é muito mais rápido, simples e menos custoso difundir informações, espalhar ideias e conversar com outros atores que estão geograficamente distantes” (RECUERO, 2014, p.132).

Os sites de redes sociais funcionam como um ambiente para a conexão entre os indivíduos. Trata-se de um encontro fluído, o qual não exige sequer a presença em um mesmo espaço físico, tampouco a coincidência temporal dos participantes. Tal como os estudos de caso presentes neste trabalho. Foram manifestações em diferentes sites de redes sociais e que iam para além deles, ocupando espaços físicos, trazendo discussões que ocorriam dentro das plataformas digitais para fora do ambiente virtual, e vice-versa. Isso porque os usuários podem iniciar manifestações dentro e fora do ambiente online, conforme aspectos sociais, culturais, políticos e econômicos, apoiados ou não em um pseudo anonimato. Dentro do ambiente online, os indivíduos tentem a se sentirem protegidos, como se pudessem externar seus sentimentos e opiniões de um modo mais direto, com menos filtro. É como se no ambiente online tudo fosse permitido.

Ademais, as relações estabelecidas por meio da web ou desses sites de redes sociais acabam aproximando-se da maneira ideal de relação, a qual é baseada em laços unidimensionais e facilmente dissolvíveis, sem uma duração determinada, a qual não está limitada a padrões e que é livre de amarras de compromissos de longo prazo. Em contraposição a grupos de pertencimento, sejam eles estabelecidos por meio de atribuição ou adesão, um perfil em um site de redes sociais oferece ao usuário o sentimento reconfortante (mesmo que apenas de forma fictícia) de controle total e seguro sobre suas obrigações e lealdades. (BAUMAN, 2011, p.126).

Percebe-se, assim, que a web reflete e, por vezes, amplia as opiniões e ações do mundo off-line, tal como os estudos de caso que serão apresentados nesta tese. Nessas manifestações tecnopolíticas, as referências e os históricos de construção semântica são diversos e podem entrar em um confronto direto, a limítrofe divisora entre respeito e ofensa mostra-se ainda inferior no online.

Além disso, o ambiente online não desvela imediatamente o contexto do que é dito. Em um mesmo ambiente, por exemplo, atores de diversas culturas e backgrounds podem engajar-se em conversações de modo simultâneo, o que dificulta a negociação da polidez, uma vez que essas estratégias também compreendem

contextos culturais. Talvez por isso seja frequente o uso de regras de interação, conversação e comportamento em canais de chats, fóruns e ferramentas de CMC. (RECUERO, 2014, p.91).

Indo para além dessas conotações negativas do ambiente digital, a web proporciona inúmeras possibilidades de interações humanas, as quais, se apropriadas positivamente, podem levar a benefícios que se estendem a todos que dela participam. É a questão do espaço público e do privado novamente. As opiniões e comentários nesses sites de redes sociais são públicos e qualquer indivíduo pode acessá-los,

> As características dos sites de rede social, nesse contexto, acabam gerando uma nova 'forma' conversacional, mais pública, mais coletiva, que chamaremos de conversação em rede. As conversações que acontecem no Twitter, no Orkut, no Facebook e em outras ferramentas com características semelhantes são muito mais públicas, mais permanentes e rastreáveis do que outras. (RECUERO, 2014, p.17).

É válido destacar que, após leis como o Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção de Dados, que entrará em vigor a partir de agosto de 2020, bem como do escândalo do Cambridge Analytica, houve um maior esforço por parte dos sites de redes sociais em proteger os dados públicos. Isso porque contava nos termos e condições de uso desses sites que os dados ali gerados poderiam ser utilizados pelas empresas proprietárias das plataformas, No entanto, ainda havia quem desconhecesse essas questões – por esquecer o que continha nos termos e condições de uso ou mesmo por nunca ter lido esses textos – e foi por isso que leis como as supracitadas foram estabelecidas. De qualquer forma, o que ocorre dentro do ambiente online aproxima-se de comportamentos humanos pré-existentes ao âmbito virtual, sendo que entre eles constatam-se reações e ações negativas relativas a opiniões divergentes das elaboradas por membros de uma determinada manifestação. São pesos e contramedidas que mostram o quão difuso pode ser a web e os discursos presentes nas plataformas online.

As análises elaboradas no decorrer deste trabalho consideram os conceitos presentes nas obras de Recuero (2014), Castells (2003) e Bauman (2001), as quais abordam a partir de diferentes prismas as mudanças tecnológicas e como estas interferem nos indivíduos e nos movimentos sociais da atualidade. Estes autores apresentam conceitos sinérgicos no que tange às comunidades. Para eles, as

comunidades tais como eram definidas no início do século XX, cuja representação concretizava-se principalmente considerando as uniões de indivíduos em núcleos, fossem eles ideológicos, políticos ou familiares, já não se sustentam por si só. É por isso que a questão das redes é um tema frequente em seus trabalhos para significar as vivências coletivas dos tempos atuais. Todavia, ressalta-se que a metáfora sobre enxames de Bauman (2011) aponta com eficiência o comportamento observado nos agrupamentos humanos do século XXI.

> Um enxame não tem topo, nenhum centro; apenas a direção de seu voo atual coloca algumas das unidades, autoimpedidas do enxame na posição de 'líderes' a serem seguidos pela duração de um voo em particular, ou parte dele, mas dificilmente por muito mais tempo. (BAUMAN, 2011, p.22).

Considerando este cenário, observa-se que, da mesma forma que a abelha pode mudar de enxame de acordo com seus interesses, os seres humanos seguem um princípio semelhante quando colocados frente a seus propósitos. Isso pôde ser percebido na análise da Parada do Orgulho LGBT+ nos sites de redes sociais. Embora o movimento LGBT+ responsável pela organização do evento tivesse uma pauta pré-estabelecida – as Eleições 2018 e a representatividade LGBT+ no âmbito político -, os participantes não tiveram aderência ao tema nos sites de redes sociais.

Analisando-se os sites de redes sociais online, percebe-se que elas não espelham a comunidade da mesma forma como inicialmente era experimentada. Desse modo, dentro do contexto da era da individualização, as relações oriundas destes sites são tão duráveis quanto a dedicação ou o interesse que cada propósito exige.

> Talvez o passo analítico necessário para se compreender as novas formas de interação social da era da Internet seja tomar por base uma redefinição de comunidade, dando menos ênfase a seu componente cultural, dando mais ênfase a seu papel de apoio a indivíduos e famílias, e desvinculando sua existência social de um tipo único de suporte material. (CASTELLS, 2003, p.106).

Ademais, dentro do contexto digital, nota-se que os indivíduos não se prendem integralmente aos filtros ou às censuras pertencentes à dinâmica da vida cotidiana fora do ambiente online, o que leva a uma falsa impressão de liberdade, na qual o contexto online é entendido como desconexo do restante das redes sociais off-line. Tem-se dessa forma que não é surpreendente que algumas discussões ou agressões

realizadas dentro do convício de sites de redes sociais sejam mais frequentes ou mais intensas do as que ocorrem no ambiente off-line:

> De um modo especial, a interação nos sites de rede social parece ser intensamente marcada pelo conflito e pelos atos de ameaça. Essas práticas são, muitas vezes, exercidas por atores denominados 'trolls'. Esses, valendo-se de um anonimato aparente, utilizam os espaços para construir interações ofensivas, que tendem a gerar membros de uma mesma rede, que interagem com alguma frequência, é possível encontrar conflitos e atos que ameaçam a face. (RECUERO, 2014, p.165).

Trata-se de um anonimato ilusório, como uma espécie de persona, que se apropria do ambiente online para emitir opiniões e divulgar informações e que compreendem que o que é realizado ou defendido no ambiente online não pode gerar danos e/ou consequências no âmbito da vida não virtual.

As punições legais – tais como as previstas no Marco Civil da Internet e na Lei Geral de Proteção aos Dados - podem até apresentar uma natureza controversa. Todavia são necessárias para contemplar esse fenômeno a partir de análise multifacetada, compreendendo que as iniciativas positivas organizadas a partir dos sites de redes sociais e demais plataformas online (como, por exemplo, petições e vaquinhas online estão tão presentes na web quanto as ações negativas, em um caminho que transpassa o meio tecnológico em direção ao não virtual.

Neste momento, faz-se necessário retomar uma questão anteriormente apontada neste trabalho: a exclusão social ocasionada pelo mesmo ambiente de cunho democrático horizontalizado. Isso porque, na era da world wide web, sempre haverá aqueles que estão excluídos do ciberespaço, seja por limitações monetárias, tecnológicas, de conhecimento, idade ou preferências pessoais. Castells (2003) sinaliza neste sentido:

> A centralidade da Internet em muitas áreas da atividade social, econômica e política equivale a marginalidade para aqueles que não têm acesso a ela, ou têm apenas um acesso limitado, bem como para os que são incapazes de usá-la eficazmente. Assim, não surpreende que a proclamação do potencial da Internet como um meio de liberdade, produtividade e comunicação venha de par com a denúncia da 'divisão digital' gerada pela desigualdade a ela associada. A diferenciação entre os que têm e os que não têm Internet acrescenta uma divisão essencial às fontes já existentes de desigualdade e exclusão social, numa interação complexa que parece aumentar a disparidade entre a promessa da Era da Informação e sua sombria realidade para muitos em todo o mundo. (CASTELLS, 2003, p.203).

Portanto, apesar de uma considerável parcela da humanidade ter acesso ou ao menos contato esporádico com a web e/ou sites de redes sociais, há aqueles que estão desprovidos deste contato. Como Castells (2017) destaca, os sites de redes sociais podem ser empregados em tantos formatos quantos propósitos individuais e/ou coletivos forem encontrados e construídos.

> Assim, a atividade mais importante da internet hoje se dá por meio dos sites de rede social (SNS, de Social Networking Sites), e estes se tornam plataformas para todos os tipos de atividade, não apenas para amizades ou bate-papos pessoais, mas para marketing, e-commerce, educação, criatividade cultural, distribuição de mídia e entretenimento, aplicações de saúde e, sim, ativismo sociopolítico. (CASTELLS, 2017, p.201).

Verifica-se, dessa maneira, que a abordagem dos sites de redes sociais como ambiente para a análise da comunicação de movimentos tecnopolíticos, os quais já foram considerados em movimentos políticos de iniciativa popular em diversos países, como Síria, Espanha e Estados Unidos (CASTELLS, 2017), e podem assumir eficientes papéis estratégicos.

> Os movimentos sociais do século XXI, ações coletivas deliberadas que visam a transformação de valores e instituições da sociedade, manifestam-se na e pela Internet. O mesmo pode ser dito do movimento ambiental, o movimento das mulheres, vários movimentos pelos direitos humanos, movimentos de identidade étnica, movimentos religiosos, movimentos nacionalistas e dos defensores/proponentes de uma lista infundável de projetos culturais e causas políticas. O ciberespaço tornou-se uma ágora eletrônica global em que a diversidade da divergência humana explode numa cacofonia de sotaques. (CASTELLS, 2003, p.114 - 115).

1.3 E-cidadania: do uso das redes sociais à ação cidadã

A ampliação do acesso à Internet e o surgimento contínuo de redes sociais possibilitaram um ambiente propício para que os usuários produzissem e obtivessem cada vez mais acesso à informação. Tamanha liberdade permitiu igualmente um espaço para que tais usuários pudessem se expressar e transitar pelo ciberespaço com liberdade, de modo a fortalecer o exercício da cidadania, à luz dos princípios da democracia (SCHILING, 1998; ZEIFERT, 2004). No entanto, por ser ao mesmo tempo algo restrito e amplo, frente aos aspectos tecnológicos e da própria participação, pode-se traçar um paralelo entre os espaços públicos existentes na pólis (cidade-estado) grega – a ágora – e tais redes cidadãs, que surgem devido aos avanços tecnológicos

ocorridos nas últimas décadas. Trata-se, portanto, de ágoras pós-modernas, um esboço de democracia, um passo inicial que sinaliza uma consciência política e de cidadania, mas que permanece restrita a poucos, fruto de uma cultura digital que ainda está se consolidando no Brasil.

Parte desta democracia insipiente no ambiente online pode ser compreendida a partir do conceito de Levy (1998), que aborda inclusão social como o acesso a dispositivos tecnológicos ou ainda à Internet. É preciso considerar aspectos mais amplos, de modo a que esses usuários possam utilizar todo o potencial proporcionado pelo ciberespaço. Lemos (2005, s/p) sinaliza neste mesmo sentido:

> A inclusão deve ser pensada de forma complexa para abranger os capitais social, cultural, técnico e intelectual. Esses capitais devem estar em sinergia para o enriquecimento técnico, cultural, social e intelectual do indivíduo ou de um grupo. As TIC's, principalmente a Internet, permitem que uma pessoa não seja apenas consumidora de informação. O que está em jogo com a cibercultura contemporânea é a "liberação do pólo da emissão" (emergência de websites pessoais, blogs, chats e fóruns os mais diversos, podcast, e outras formas de publicação eletrônica), a reconfiguração do universo midiático contemporâneo (novos formatos midiáticos) e a conectividade generalizada por meio de redes telemáticas [...]. A inclusão digital não deve ser apenas um modelo de ensino técnico, onde alunos aprendem determinados softwares e como navegar na Internet. O modelo de inclusão deve compreender e estimular diversas formas de emissão de informação gerada a partir do modelo todos-todos contemporâneo, criando mecanismos para uma maior inserção social e cultural do indivíduo.

Cidadãos preocupados com aspectos democráticos de seus países utilizaram as mídias sociais para articular movimentos políticos sociais que não ficaram restritos ao ambiente virtual. Foram além, funcionando como convocatórias para manifestações político-sociais que tiveram repercussão mundial.

Estabelecia-se, dessa maneira o que pode ser conceituado como redes cidadãs (CASTELLS, 2009). De acordo com o autor, há uma diferença entre os movimentos sociais que utilizam a Internet para trocas culturais daqueles que apresentam políticas insurgentes, cujo objetivo principal é a mudança política. Ambos apresentam atores e dinâmicas diferentes, mas com um ponto em comum: as possibilidades de autocomunicação das massas permitida pelas tecnologias da informação e comunicação (TIC's). É um novo terreno, o qual se define pela possibilidade de intervir no espaço público através de redes de comunicação horizontais e multinodais, representando uma alternativa aos meios tradicionais de comunicação de massas e assegurando a liberdade de expressão.

O mesmo autor retoma em outra obra (CASTELLS, 2013) a questão dos movimentos sociais em rede, apresentando-os como uma nova espécie de movimento social, caracterizada pela ocupação do espaço urbano graças ao uso das tecnologias da comunicação, as quais permitem estender os sentimentos de indignação para romper o medo que paralisa os indivíduos e coordenar a ação coletiva.

Essa ocupação do espaço urbano devido ao uso das tecnologias da comunicação configura um novo patamar dos movimentos sociais atuais. Trata-se de uma rede cidadã, na qual a democracia pode ser defendida, discutida, potencializada.

> A rede democrática é um modelo completamente horizontal e desterritorializado. [...] Um número indeterminado e potencialmente ilimitado de nós interconectados, comunica-se sem ponto central de controle [...]. Este modelo democrático é o que Deleuze e Guattari chamam de rizoma, uma estrutura de rede não-hierárquica e não centralizada. (NEGRI, 2006, p.320)

Neste âmbito, diferentes estudos têm analisado as novas interações sociais na esfera digital (SHIRKY, 2008), assim como os novos movimentos sociais na era das redes (BOUECHLER, 1999). Com mais detalhe, Rheingold (2004) estudou a inteligência ou a mente coletiva, que surge em processos de mobilização coletiva através das TIC's. São usuários que se conectam em prol de um determinado assunto e que constroem/desconstroem atividades e conceitos que são discutidos no ambiente virtual, proporcionando cadência sobre assuntos que são relevantes no ciberespaço e no âmbito off-line.

Esses novos movimentos sociais estabelecem outros processos de comunicação de rede, os quais são coordenados em diferentes escalas temporais e espaciais de modo a serem constituídos como unidades coerentes, capazes de comportamentos complexos de modulação coletiva. As redes sociais, portanto, passam a ser consideradas de fato como dispositivos de informação, as quais não têm servido apenas para construir ou coordenar a ação coletiva, mas, acima de tudo, servem para tecer um sentido e ações próprias para criar uma dinâmica constituinte em um quadro de pensamento e estrutura social (LATOUR et al., 2012).

Constrói-se, assim, identidades coletivas digitais, por meio das quais os usuários se manifestam ou se expressam. Trata-se de ambientes específicos, que podem ser expandidos pelo ciberespaço e que geram implicações da maioria das comunidades influentes. Essas identidades coletivas podem ser capazes de lançar

campanhas, ações ou processos para a transformação do pensamento e da mobilização de usuários. E é somente neste contexto, quando se atende a todas essas características mencionadas, que surge o e-cidadão: um usuário que utiliza as mídias sociais para ações políticas, baseadas no ouvir e entender os estados emocionais e sociais, e que desempenha processos estratégicos de mobilização.

Tais processos estratégicos de mobilização vão além do click-ativismo ou do net-ativismo. Não condiz com o primeiro conceito, porque não se resume ao clique de um botão “curtir” ou de um compartilhamento de um texto, mensagem, status. Tampouco é net-ativismo, porque não se limita à assinatura de uma petição, um desabafo online. Trata-se de um conjunto de ações estratégicas que têm um fim, geram um impacto na sociedade no ambiente online e off-line. Repercute, causa mudanças. Faz diferença.

Tais aspectos vão ao encontro do que se conceitua como tecnopolítica. Tascon e Quintana (2012) referem-se à tecnopolítica como sendo o maior potencial ciberativista proporcionado pela Internet. É a capacidade de organização das massas mediadas pela rede, as quais são capazes de produzir estados de ânimo empoderados, bem como um padrão de auto-organização política na sociedade em rede. É o uso tático de ferramentas digitais estratégicas para a organização, comunicação e ação coletiva.

O conceito de tecnopolítica, assim, permite englobar o ciberativismo ou net-ativismo em uma ação coletiva que vai além da limitação do mundo digital. Isso porque propõe a simbiose entre o sistema em rede estabelecido e a estrutura digital emergente, que são os geradores de energia e extensão desses movimentos, considerando-os como um movimento (trans)mediático distribuído. Portanto, a ideia de um e-cidadão somente é possível caso esteja inserido dentro de um processo estratégico tecnopolítico, de forma que suas ações reverberem para além do ambiente virtual. Do contrário, cria-se ambientes que se dizem democráticos, que representam os primeiros passos no intuito de uma maior participação popular, mas que, na verdade, são as antigas ágoras gregas, ou seja, espaços de experimentações sociais, políticas e democráticas limitados.

1.4 Política na era da informação

É inegável que as novas tecnologias de informação e comunicação, a Internet, a rede e as redes sociais, cada vez mais ocupam um papel importante na sociedade contemporânea, a ponto de estarmos já vivendo uma ruptura tecnológica, cultural, social, econômica e política com a “velha” sociedade do século XX. Mesmo levando em conta os exageros proféticos e a manipulação ideológica que caracterizam os discursos sobre a “revolução” da tecnologia da informação, não devemos cometer o erro de subestimar sua verdadeira e fundamental importância. Estamos diante de uma transformação, de um evento histórico da mesma natureza da revolução industrial (século XVIII).

Sentida em diversos ramos de atividades culturais e econômicas, com impactos significativos nas relações sociais e na subjetividade contemporânea, essa “revolução” chegou às relações políticas e de poder de diversas maneiras: seja através de novas formas de mobilização política, do uso das mídias e redes sociais para divulgação de programas, projetos, propostas pelos partidos, pelos candidatos em períodos eleitorais cada vez mais dependentes da mobilização “virtual” de eleitores e apoiadores, e do marketing agressivo em campanhas em que ferramentas para disseminação rápida de posts, compra de “curtidas” e promoção de ondas de boatos, campanhas difamatórias e agressões nas redes sociais. Assim, ao mesmo tempo em que novas formas de discussão e ativismo político surgem beneficiando-se do uso das redes sociais, ampliando o espaço público e o debate democrático, os processos políticos e eleitorais (principalmente estes últimos) se ressentem, em países como o Brasil, de uma visão negativa da política disseminada pelas próprias redes sociais, a partir da divulgação e compartilhamento de uma imagem “maléfica da política” (CHAUÍ, 2009) que se inicia nos meios “tradicionais” de comunicação e se amplia, deturpa ou degenera nas chamadas “redes sociais”.

Sociedade em rede, sociedade da informação, sociedade do espetáculo, de consumo etc. Há vários termos para identificar ou classificar a sociedade em que vivemos. Isso indica que estamos num período de transição em que instituições, estruturas sociais e convicções têm dificuldade de se estabilizar. Ao mesmo tempo que um novo padrão não conseguiu se impor, em que vivemos a buscar algo novo, uma nova forma coletiva de vida, o antigo modo de vida não retorna mais, a não ser

reciclado, ressignificado. Viver num mundo em transição implica correr os riscos de já não ter balizas para as condutas sociais ou parâmetros para o comportamento individual. Os indivíduos passam a agir com maior independência, a refletir sobre opções e decisões, não tão “presos” à vida social. O grande paradoxo desse “novo mundo” é que os indivíduos, ao tornarem-se sensíveis e críticos ao universo midiático, uma vez que se portam diante dele como seres de opinião, pessoas informadas, críticas, são devedoras desse mesmo universo que lhes facilita essa condição na medida em que fornece (ou parece fornecer) um “leque mais elástico de informações distintas na forma e no formato, ainda quando semelhantes no conteúdo” (NOGUEIRA, 2013).

Países como o Brasil, marcados por traços históricos, sociais, culturais e políticos que configuram uma sociedade em que a dependência e o atraso predominam, ainda não realizaram as “promessas” da modernidade capitalista, mas já sofrem as contradições da hipermodernidade periférica. É difícil, então, entrever algo semelhante a uma opinião pública, processos e caminhos que formam correntes de ideias que possam incidir regularmente sobre a vida pública. Por outro lado, essas mesmas correntes acabam por se caracterizar não pela estabilidade, mas pela oscilação, flutuação, mudando repentinamente de direção, convertendo o cidadão numa incógnita, uma figura dificilmente conhecida de modo antecipado, previsível (NOGUEIRA, 2013). Nesse sentido, os impactos positivos e negativos do uso das tecnologias de informação e comunicação, da rede, das redes sociais no processo político eleitoral, numa sociedade como a brasileira, variam significativamente nos diversos momentos em que esses impactos são aferidos.

Paradoxalmente, após aprovar e promulgar o Marco Civil da Internet (Lei 12.965), que foi considerada a “lei da Internet mais avançada do mundo”, impedindo que grandes corporações e o governo fizessem intervenções contra a liberdade de expressão e a neutralidade da rede, nas últimas campanhas eleitorais brasileiras a rede de computadores cresceu em importância e tornou-se uma espécie de “território de guerra”, com o uso da Internet para aquilo que determinados candidatos não podem fazer “de cara limpa” nos demais veículos – ofender, falsear, criar e divulgar boatos. Com orçamentos significativos nas campanhas dos diversos partidos, as redes sociais tiveram um peso grande, em especial nos chamados “partidos nanicos” (PSTU, PSOL, PSL etc). Além dos limites em termos de acesso, do crescimento lento da inclusão digital, há que se discutir, portanto, a efetividade que o uso da rede tem

nas campanhas e na divulgação de projetos, ideias, programas e o retorno que os debates no ciberespaço dão à sociedade em termos de esclarecimentos e participação política. Até onde vai a curiosidade do usuário e onde começa efetivamente a participação do e-cidadão? Em termos de audiência, a Internet cresceu significativamente nas últimas eleições (2006 a 2018), mas ainda assim a televisão permanece como o veículo de maior impacto nas campanhas eleitorais, principalmente em função do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Questiona-se, nos meios acadêmico e político, o real poder de influência da rede sobre o conjunto da população.

A "guerra pelo voto" na Internet, que, como em toda guerra, real ou virtual, tem como primeira vítima a verdade, teve maior ou menor peso na avaliação de partidos ou de estudiosos do impacto das novas tecnologias na ação política.

Exemplos disso podem ser verificados em duas campanhas eleitorais. A primeira é referente às eleições presidenciais norte-americanas, em que o então candidato e atual presidente Donald Trump utilizou dados oriundos de redes sociais – mais precisamente do Facebook - para traçar estratégias de aproximação e identificação junto a comunidades digitais específicas. Este fato levou ao escândalo da Cambridge Analytica, empresa contratada por candidatos para obtenção de dados teoricamente privados dos usuários junto ao Facebook, o que levou a uma maior restrição da API desta rede e culminou em uma audiência pública de Mark Zuckerberg e senadores norte-americanos. No Brasil, as mídias sociais digitais deram margem a outro fenômeno: as *fake news*. Diferentes candidatos utilizaram as plataformas digitais não apenas para obter dados relevantes sobre o comportamento online dos usuários e com isso elaborar estratégias de ação mais assertivas, como também proporcionaram o ambiente ideal para a disseminação de notícias falsas, as denominadas fake news. Nesse aspecto, no país a principal ferramenta de divulgação de fake news foi o WhatsApp, o qual ajudou na polarização do debate político.

Uma matéria da BBC[6], veiculada no portal em 5 de outubro de 2018 (o mês do primeiro turno das eleições no Brasil), relata como a plataforma funcionou neste

[6] GRAGNANI, Juliana. Um Brasil dividido e movido a notícias falsas: uma semana dentro de 272 grupos políticos no WhatsApp. Disponível em: < https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45666742>. Acesso em 10 abr 2019.

sentido. O objetivo da notícia era simples: entender a lógica da distribuição de conteúdo político no WhatsApp. Neste cenário, as principais constatações foram:

> - Muita desinformação, como imagens no contexto errado, áudios com teorias conspiratórias, fotos manipuladas, pesquisas falsas
> - Ataques à imprensa tradicional, como capas falsas de revistas e falsa "checagem" de notícias que, de fato, eram verdadeiras
> - Imagens que fomentam o ódio a LGBTs e ao feminismo
> - Uma "guerra cultural" organizada, com ataques sistematizados a artistas em redes sociais
> - Áudios e vídeos de gente comum ou de gente que se passa por gente comum, mas com identidade desconhecida, dando motivos para votar em um candidato (GRAGNANI, 2018, s/p)

Ao lado de iniciativas, com maior ou menor impacto, que ajudam os eleitores e cidadãos que procuram informações qualificadas e o debate sério e responsável na Internet sobre política, partidos e eleições, as redes sociais mainstream utilizadas pelas campanhas eleitorais, como o Facebook e o WhatsApp com cerca de 200 milhões e 120 milhões de usuários no Brasil, respectivamente (HOOTSUITE E WE ARE SOCIAL, 2018; WhatsApp, 2018), ganharam peso no jogo eleitoral, projetando novos protagonistas no debate, fossem eles grupos digitais, usuários mais engajados, influenciadores ou diretamente os perfis dos candidatos mais ou menos expressivos na campanha eleitoral (Donald Trump, 2016; Jair Bolsonaro, 2018). Utilizando-se estratégias de marketing digital, ferramentas para rastreamento de robôs, perfis falsos e centrais de boataria, as campanhas eleitorais na Internet em 2018 variavam entre uma linha de apoio à estratégia dos marqueteiros para a televisão e um espaço de ataques e defesas táticos, matizando o processo eleitoral pela minimização de riscos e pelo empenho na redução de danos.

Em termos políticos, portanto, pensando na ampliação e aperfeiçoamento do espaço público de debate democrático, a contribuição dos partidos e das campanhas eleitorais talvez não supere a mera utilização das TIC’s como suporte para os mesmos discursos e recursos midiáticos, visando efeitos e resultados eleitorais. Acontecimentos como as manifestações de 2013 e o movimento #EleNão em 2018 mostraram, entretanto, que as redes sociais têm um potencial de mobilização e crítica que não deve ser desprezado, já que a “grande mudança nessa nova era não tem a

ver só com o uso das mídias sociais pelos candidatos; tem a ver com o uso dessas novas mídias pelos cidadãos” (GRAEF, 2009).

Mesmos estas manifestações, no entanto, que surgiram como uma novidade no cenário político e tentaram ser capturadas como discurso e prática política não produziram mudanças significativas no sistema político. Como processo baseado no discurso e na narrativa, a política pressupõe momentos de reflexão e tempo para maturação. Na sociedade em que vivemos, talvez os “processos de fechamento”, o “tempo do silêncio”, a paciência para o debate e a análise tenham se perdido. Acelerar em escala infinitesimal é o que faz um processador, que trabalha “de forma aditiva mas não narrativamente”. Faz falta à sociedade e à política “o processo de narrativa, porque ele fecha os acontecimentos; mas a percepção hoje é incapaz disso, fica zapeando infinitamente pela rede digital, nos torna eternamente ligados, assistindo a imagens sem fim, incapacitando-nos de fechar os olhos.” (MARCONDES, 2014).

Percebe-se, portanto, que os acontecimentos recentes das eleições brasileiras de 2018 parecem confirmar e aprofundar estas tendências, embora mereçam maiores estudos e reflexões que, infelizmente, não poderão ser abordadas no âmbito deste trabalho.

2 CIBERESPAÇO, MÍDIAS SOCIAIS E MOVIMENTOS SOCIAIS

Este capítulo visa compreender os movimentos sociais como acontecimentos de ação coletiva no contexto digital, de modo a verificar como esta movimentação da ação coletiva e de indivíduos acontecem e em que momento ambos passam a ser atores coletivos.

Nas últimas décadas, percebe-se um fluxo constante de movimentos sociais, questionando desde a própria democracia até os padrões vigentes sociais e econômicos. E, embora tais movimentos apresentassem características específicas de acordo com o seu contexto, eles possuíam caráter tecnopolítico, ou seja, faziam uso de TIC's para organizar ações coletivas. (DELLA PORTA, 2015; FOMINAYA; COX, 2013). As mobilizações ora demandavam por uma maior justiça social, ora demandavam uma maior participação cidadã nos processos deliberativos, por meio da tecnologia.

Tratavam-se, portanto, de movimentos que apresentavam formatos alternativos de organização e de ação, mais fluídos e horizontais, que os protestos realizados no século XX, com a tecnologia potencializando as mobilizações e com presença maciça de jovens em sua organização central (DELLA PORTA, 2015). Tais características desses movimentos que ocorrem a partir de 2011 levam pesquisadores a novas metodologias e conceitos para compreender os novos processos de participação política, a partir de um olhar mais transdisciplinar, considerando teorias e conceitos que eram restritos a disciplinas e áreas específicas, bem como a elaboração de outras matrizes analíticas, as quais podem permitir uma compreensão mais adequada dos fenômenos complexos que atualmente se apresentam.

Desse modo, para compreender tais fenômenos e o contexto das mobilizações políticas contidas neles, é relevante verificar os impactos dos novos formatos de organização e comunicação dentro do processo de participação política contemporânea. Entende-se que há diferentes estudos já realizados que contemplam essa abordagem multidisciplinar, como os desenvolvidos pelo Laboratório de Estudos de Imagem e Cibercultura da Universidade Federal do Espírito Santo (Labic - UFES), mas ainda há campos a serem explorados, inclusive dentro da Ciência da Informação. Este capítulo se propõe a entender, ainda que de forma breve e sucinta, o porquê e os formatos com os quais os indivíduos se envolvem em assuntos políticos e acabam

por participar desta esfera que é um dos pilares nossa sociedade, bem como compreender como alguns movimentos tornam-se tecnopolíticos.

Com os acontecimentos recentes da última década, a exemplo dos processos mobilizatórios dos *Occupy Movements*, que ocorreram em grande intensidade em países como Estados Unidos, Londres e Espanha, estes temas antes restritos apenas ao interesse dos cientistas políticos ganharam destaque e chamaram a atenção de pesquisadores de diversas áreas. Mais ainda, por questões muito particulares desses fenômenos contemporâneos, como o intenso uso da tecnologia de informação nos processos mobilizatórios e organizacionais, por exemplo, as diferentes disciplinas de pesquisa precisaram desde formular novos conceitos e teorias até se familiarizar com teorias de áreas até então descoladas de sua realidade. É dentro desse cenário, portanto, que a Ciência Política acabou por ter papel central nas análises: não é possível entender esses fenômenos contemporâneos sem mobilizar conceitos tão centrais a esta disciplina, como organização social, participação política, ativismo político e ação coletiva, por exemplo.

Assim como também é impossível fazer-se análises desses fenômenos sem mobilizar- -se conceitos centrais das teorias da Comunicação. Deste modo, é a isso que este capítulo se propõe, portanto: socializar alguns dos principais conceitos da Ciência Política que dizem respeito ao entendimento de ações e manifestações políticas. Para isso, trazemos o debate sobre dois importantes – e centrais – conceitos: a ação conectiva e a ação coletiva. Antes de entrar em detalhes nessa discussão, faz-se necessário entender o que é política e, por consequência, o que significa participação política.

2.1 Movimentos Sociais e Internet: entre a mudança cultural e políticas insurgentes

Uma das principais referências, neste capítulo, é Castells (2009), que conceitua, caracteriza e diferencia os movimentos sociais que utilizam a Internet para a mudança cultural daqueles que surgem para validar ou questionar políticas insurgentes, cujo objetivo principal é a mudança política. Analisando-os, ambos apresentam diferentes atores e dinâmicas; porém, ainda assim têm algo em comum: a capacidade de autocomunicação em massa facilitadas pelas TIC’s.

Trata-se de um novo terreno, o qual é definido pela possibilidade de intervir no espaço público por meio de redes de comunicação horizontais e multinodais, representando uma alternativa aos meios tradicionais de comunicação de massa. Este é um fator crucial para compreender os atuais movimentos sociais. De acordo com Castells (2013), estes movimentos sociais em redes são um novo tipo de movimento social, o qual é caracterizado pela ocupação do espaço urbano graças ao uso de tecnologias de comunicação, que, por sua vez, permitem espalhar sentimentos de indignação para quebrar o medo que paralisa os indivíduos e também coordenar a ação coletiva.

Diferentes autores analisaram essas novas interações sociais dentro do ambiente digital (SHIRKY, 2008), bem como os próprios movimentos sociais no contexto de rede (BOUECHLER,1999). Rheingold (2004) trouxe o conceito de enxame ou multidões inteligentes, que surge em processos de mobilização coletiva por meio das TIC's. Estes autores mostraram que a Internet oferece vantagens importantes para o ativismo, de modo a reduzir custos para criar, organizar e participar de protestos e movimentos sociais, e, em paralelo, diminui a relevância da coexistência física para a ação coletiva. E é esta "ação coletiva" ajuda na formação de identidades coletivas geradas no processo de compartilhamento de conteúdo através de redes (BENNET e SEGERBERG,2012). Tais características foram percebidas na Primavera Árabe, no Movimento 15M (Movimento dos Indignados) e no *Occupy Wall Street*, que ocorreram no mundo a partir de 2011; no Brasil, os primeiros movimentos característicos a partir de 2013.

De maneira complementar aos estudos de Castells (2009, 2013), Stevenson (2002) apresenta outro conceito que ajuda a compreender estes novos movimentos sociais: os sistemas emergentes. Utilizando modelos baseados em fenômenos naturais, o autor explica o comportamento coletivo e os processos sociais auto-organizados, os quais permitem a análise em detalhes de como os processos de comunicação na rede são coordenados em diferentes escalas temporais e espaciais para constituir unidades coerentes capazes de modular comportamentos coletivos complexos. Segundo o autor, esses sistemas emergentes, a partir do comportamento coletivo e dos processos sociais, permitem diferenciar vários tipos de mobilização e auto-organização social mediados para tecnologias de comunicação, de acordo com seu grau de envolvimento.

Nos estudos de caso apresentados neste trabalho, utilizou-se o conceito de multidões inteligentes, novos movimentos sociais ou movimentos sociais em redes para entender o uso da tecnologia para convocar e organizar manifestações, compreendendo que essas ações servem não apenas para construir ou coordenar a ação coletiva, como também são decisivas para tecer um sentido da própria ação e para criar um impulso constituinte em um quadro de ação, pensamento e estruturação social.

Procurou-se nos estudos de caso entende-los como assuntos complexos, com subjetividades políticas, híbridas, de múltiplas camadas, auto-organizados e construção autônoma (com exceção ao estudo sobre o Marco Civil da Internet). Tratam-se de sistemas em rede, um conjunto de nós, às vezes heterogêneo, com altos níveis de conectividade, robustez e reciprocidade, com uma estrutura aberta e policêntrica.

O conceito de multidões inteligentes caminha neste sentido, ou seja, é a capacidade de se conectar, agrupar e sincronizar, por meio de dispositivos eletrônicos e de meios de comunicação, em torno de objetivos, cérebros e corpos de um grande número de sujeitos, considerando aspectos como tempo, espaço, emoção, comportamento e linguagem. Tal conceito perpassa as obras de Rheingold (2004), Negri e Hardt (1996, 2001), de modo a enfatizar o fato de que não há uma multidão se não houver conexão ou agenciamento de indivíduos. Por isso, dentro das análises dos estudos de caso, esses são conceitos relevantes parta compreendê-los dentro das métricas de atividade, comportamento linguístico e sentimentalização online.

Retomando o conceito de multidões conectadas, percebe-se que esses sujeitos se organizam em rede a partir da conexão com certos eventos, o que leva a um evento maior, "aumentado". Tal adjetivo refere-se ao jogo performativo e recursivo presente entre as camadas físicas e digitais de um evento que se estende através da capacidade de organização em redes, considerando as mídias convencionais e as novas mídias digitais. Este jogo considera a intensificação, amplificação e até mesmo a convergência de uma variedade de grupos em diferentes redes e canais de atividade, sendo que estes eventos são relevantes para gerar ou reativar periodicamente os sistemas de rede. Assim, entende-se que esses indivíduos (ou uma multidão conectada) convergem ora por meio de uma condição "eventual" (Marco Civil da Internet), ora a partir de um "evento" (Parada do Orgulho LGBT; Movimento #EleNão).

Independentemente de as condições serem “eventuais” ou a partir de um “evento”, percebe-se que os movimentos sociais aqui analisados priorizam uma mudança política. Por isso, cabe conceituar a questão tecnopolítica, uma vez que ela explica melhor os movimentos analisados. Entende-se por tecnopolítica o uso tático e estratégico de ferramentas digitais para organização, comunicação e ação coletiva. Tomando como ponto de partida um sistema de redes, a tecnopolítica pode ser entendida como a capacidade de multidões conectadas criarem e automatizarem a ação coletiva. Ela até pode abranger o clickativismo ou o net-ativismo, entendendo estes últimos como ações coletivas ligadas à esfera digital. Todavia, ela vai além, uma vez que se trata de uma utilização da capacidade coletiva da rede em inventar formas de ação, as quais podem ser formadas na ou a partir de sistemas de rede, mas que não estão limitados a eles. Ou seja, esses movimentos manifestam-se de forma a tomar o espaço físico, ambiente digital e a mídia, e são capazes de guiar a ação nas redes, bem como no espaço público.

Percebe-se, assim, um contágio tecnologicamente estruturado, de modo que as ideias e os sentimentos desencadeados nas ruas e nas redes encontrem ressonância em tecnologias nas quais podem ser transmitidos, intensificados e cristalizados.

2.2 Movimentos sociais e novas formas políticas

Entender como se estabelecem novas formas políticas dentro da sociedade em rede, identificar os valores gerados por um modo de vida conectado e analisar como se forma uma massa crítica são fatores essenciais quando há o interesse em compreender os campos antropológico, sociológico e político, bem como as práticas informacionais, dos movimentos sociais estudados.

A abordagem tecnopolítica encontra-se dentro desses novos processos de movimentos sociais. Tal padrão de auto-organização política é uma tendência profunda nas estratégias e táticas da transformação social atual na sociedade em rede, como mostra Barlow (1996).

> Governos do Mundo Industrial ... Eu venho do Ciberespaço, o novo lar da Mente. Em nome do futuro, peço-lhe no passado para nos deixar em paz. Você não é bem-vindo entre nós. Não exerça soberania sobre o lugar onde nos encontramos. Declaro que o espaço social global que estamos construindo é independente por natureza das tiranias que você está tentando impor a nós. Você não tem direito moral de nos governar, nem possui métodos para impor sua lei que devemos realmente temer. Vamos criar uma civilização da mente no ciberespaço. Torne-a mais humana e bonita do que o mundo que seus governos criaram antes. (Barlow, 1996, s/p)

Neste texto, Barlow (1996) traz a experiência coletiva de um ciberespaço livremente e criativamente povoado, uma experiência compartilhada por milhões de indivíduos a partir de uma arquitetura descentralizada de um sistema de redes. No entanto, para entender o atual estado da política mediada pela tecnologia, é preciso compreender o que é política.

Retoma-se, neste momento, conceitos a partir da Grécia Antiga. Nesta época, a política estava intrinsicamente associada às questões que presentes na cidade (polis) e, dessa maneira, compreendia um campo de estudo que abarcava as ações públicas dos cidadãos, bem como seus interesses sociais. Com o passar do tempo, tal conceito transformou-se, uma vez que o sentido dentro dos contextos apresentados na sociedade já não mais se adequava, o conceito de política adquiriu diversos significados. Neste trabalho, um dos conceitos que será utilizado é o de Bobbio (2000), o qual entende que política é tudo aquilo que envolve o conceito de poder, bem como as ações de disputa em torno dele.

De acordo com o mesmo autor (2000), há diversas maneiras de se desenhar as relações de poder. Todavia, elas podem ser compreendidas a partir de três conceitos amplos de poder, a saber: o poder político, o poder econômico e o poder ideológico. O primeiro deles existe por meio das relações em que ocorrem a exclusividade da realização de coerção – seja pelo uso da força, seja pelo uso da ameaça – nas quais é possível utilizar instrumentos de controle e de ameaça para assegurar o comportamento e as atitudes de indivíduos – de modo que o uso da força serve para impor sua própria vontade. Neste caso, um dos exemplos é o uso das instituições policiais pelo Estado.

Já o poder econômico acontece por meio das relações de poder estabelecidas entre os que possuem bens e aqueles que não os têm. Isso significa que, para aqueles que não possuem propriedades, a alternativa é vender sua força de trabalho em troca

de salário, o que leva a uma relação de poder desigual, uma vez que um depende do outro para sobreviver.

O último poder é o ideológico, o qual influencia as ideias formuladas pelos indivíduos, bem como suas ações espontâneas e seus comportamentos. Trata-se de considerações relevantes para este trabalho, já que a participação política se relaciona de maneira intrínseca às disputas de poder estabelecidas em na sociedade líquida, ora para manter o cenário atual, ora para questionar estruturas de poder, ora para modificá-las.

É esse o sentido das relações de poder nos movimentos verificados a partir de 2011 em diferentes países, bem como dos estudos de caso apresentados nesta tese. Acrescenta-se a este cenário a relevância dos sites de redes sociais dentro dos processos políticos contemporâneos dentro e fora do país, bem como a análise desses sites para estudos políticos. De acordo com Anduiza, Cantijoch e Gallego (2009), e conforme já mencionado neste capítulo, a Internet diminuiu os custos da participação política para todos, indivíduos e organizações, o que aumentou as possibilidades de participação política na sociedade contemporânea.

No entanto, isso não ocorre de uma maneira evidente. Ela acontece de uma maneira quase orgânica na vida cotidiana. É o conceito de Hine (2015) sobre os “3 E’s” da Internet, a saber: *Embedded Internet*, *Embodied Internet* e *Every Day Internet.* A primeira é a *Embedded* Internet (ou seja, Internet Incorporada); trata-se da tendência de os indivíduos estarem conectados a dispositivos eletrônicos em escalas cada vez maiores. Consiste em uma conectividade constante, que ficará cada vez mais evidente, seja em ações cotidianas corriqueiras (como a Internet das Coisas e os aplicativos de trânsito e mobilidade), seja em questões mais estratégicas (o conceito de cidade inteligente, que considera dados para planejar cidades e estruturas).

Soma-se a este contexto digital outras dimensões para o uso da Internet e que acabam por influenciar inclusive nas formas de participação política. Isso porque o fato de um indivíduo estar online não significa mais criar um avatar e se desconectar do mundo concreto; significa que se estabeleceu um patamar em que as relações sociais desenvolvidas, bem como as ações realizadas no ambiente digital, fazem parte da formação e identidade do indivíduo na rede. Portanto, percebe-se que a construção social da Internet perpassa e compõe o ser social, sua história e sua identidade.

Este é o segundo “E”: a *Embodied Internet* (Internet Corporificada). Segundo Hine (2015), os indivíduos não deixam suas identidades e características de lado quando estão no ciberespaço. As ações nos ambientes online resultam diretamente da construção dos indivíduos enquanto sujeitos, considerando suas construções sociais, bem como experiências acumuladas. É por isso que se acredita que não exista mais uma divisão entre online e offline, uma vez que a utilização da Internet é parte do cotidiano das pessoas, ou seja, o terceiro “E” de Hine (2015): *Everyday Internet* (Internet Cotidiana). Percebe-se, portanto, que a Internet não é mais somente um instrumento, uma vez que ela reconfigurou a maneira como os indivíduos estruturam redes de relações e as usam para aprender, tomar decisões, resolver problemas e dar apoio (RAINE; WELLMANN, 2012).

Desde a chegada dos telefones celulares e computadores pessoais, as redes de comunicação aceleraram o processo de interconexão da sociedade. A web 2.0 e os sites de redes sociais foram apenas a intensificação desse processo de conectividade. Este ciberespaço é um território em que se sente e vive como sendo algo comum e autônomo perante os poderes constituídos. Considerando a progressiva privatização e impraticabilidade do espaço público, a Internet torna-se um espaço de socialização, de sociabilidade ampliada e, por fim, de uma esfera pública política. O sistema em rede torna-se, portanto, um lugar seguro para se desenvolver uma sociabilidade compartilhada (CASTELLS, 2012).

Soma-se a este contexto a crise de participação social que aflige os partidos e sindicatos, bem como a fraqueza momentânea dos movimentos sociais urbanos, os quais constituíram uma situação propícia para o aparecimento de formas de auto-organização e de participação política no espaço online.

Percebe-se, assim, que o ambiente digital auxiliou no questionamento das instituições dominantes e das próprias formas de poder a partir de um processo de politização em sistemas de rede. O desenvolvimento de canais digitais de comunicação e dos smartphones potencializaram estes questionamentos. Ou seja, em uma época em que a massa crítica é tecnológica e social, se estabelecem indivíduos que possuem uma capacidade de intervenção tecnopolítica, com um repertório de ação que se estende e se torna mais acessível a camadas mais amplas da população, ainda que não haja uma penetração total da Internet no país.

Esta politização dentro do ambiente online levou ao questionou da apatia do sistema partidário, além de aumentar as necessidades dos indivíduos em se

posicionarem frente a certos assuntos, inclusive políticos. Assim, surgem novos jogadores, que ajudam no processo de transferir o movimento das redes digitais para as ruas. Um dos exemplos que se aplicam a esta contextualização é o Movimento Brasil Livre (MBL)[7]. Trata-se de um movimento político brasileiro que surgiu um ano após as manifestações de 2013, em novembro de 2014. Entre os principais pontos defendidos pelo movimento estão a imprensa livre e independente, separação de poderes, liberdade econômica e eleições livres e idôneas. Seus principais líderes estiveram presentes nas principais manifestações contra a corrupção no país e nos movimentos de apoio ao impeachment da ex-presidenta da República, Dilma Rousseff (PT). A presença deles foi tão marcante dentro do cenário político brasileiro dos últimos cinco anos que dois dos três fundadores do movimento conseguiram se eleger: Fernando Holiday (DEM) como vereador da cidade de São Paulo nas eleições de 2016; Kim Kataguiri (DEM) como deputado federal por São Paulo, nas eleições de 2018.

Tal exemplo é pertinente a este trabalho porque mostra que os agentes de transformação social que anteciparam e se apropriaram da tecnologia e da comunicação foram capazes de acelerar a mudança social e política. Independentemente de concordar ou não com tal posicionamento político, o MBL consegue sintetizar as mudanças percebidas nos movimentos sociais a partir de 2011. Percebe-se assim que a disputa pelo controle do fluxo de informações, práticas informacionais e tecnologias é a chave do poder em todas as sociedades. Compreende-se, igualmente, dessa maneira, o caráter e a dimensão da influência do ambiente digital para a participação política contemporânea.

Por isso, entender a complexidade do fluxo das práticas informacionais torna-se fundamental para o estudo dos movimentos tecnopolíticos. “Os processos comunicacionais são muito mais que apenas práticas de distribuição de informação: eles são alterações de estruturas cognitivas e dos processos sensoriais” (DI FELICE, 2017, p.29). Trata-se igualmente do compartilhamento de experiências coletivas. Ou seja, a partir da metáfora da Ponte de Heidegger, percebe-se que as mídias sociais funcionam como uma ponte, por meio da qual a função social vai além do fato de conectar duas margens antes separadas; elas criam, a partir delas próprias, um novo espaço social, alterando os dois lados conectados (DI FELICE, 2017).

---

[7] Movimento Brasil Livre. Disponível em: <http://mbl.org.br/>. Acesso em: 1 abr. 2019.

Assim, contrariando a histórica relação entre mídia e participação como formas de controle e de manipulação, nota-se que “existe ainda outra tradição que, ao contrário, prefere evidenciar a inseparável relação existente entre as distintas arquiteturas informativas e as diversas dinâmicas e modalidades de participação” (DI FELICE, 2017, p. 27).

Retomando o conceito de tecnopolítica, entende-se que ela é a capacidade de ação coletiva na rede, ou seja, o uso tático e estratégico de ferramentas online digitais para a organização de identidades coletivas, ação coletiva e da própria comunicação. Ela não depende de um determinado site de rede social. Isso porque essas plataformas corporativas não são agentes de qualquer coisa; elas são simplesmente lugares que permitem a interação entre os usuários. Limitar o termo tecnopolítica ao uso dessas plataformas, portanto, é diminuir a relevância da utilização inteligente, política e estratégica que os usuários fizeram delas.

Assim, neste trabalho entende-se que os sistemas de rede e a ação política – que acontece dentro e foram do ambiente digital – se baseiam na compreensão dos estados sociais e psíquico dos indivíduos e como conectá-los a estratégias/processos que ativam e focalizam potenciais movimentos. Isso significa que tecnopolítica não é clickativismo, ou seja, não é apenas a nova cultura de compromisso baseado no clique; bem como não é net-ativismo, como aborda Tascon e Quintana (2012), uma vez que, segundo os autores, devido à popularização das TIC’s qualquer indivíduo pode ser net-ativista na era da Internet, mas somente nela. Tecnopolítica compreende em uma massa crítica com intuitiva e profunda compreensão da capacidade política para organizar de indivíduos por meio das tecnologias.

Neste momento, cabe tecer a diferença entre de ação conectiva e ação coletiva para a compreensão de fenômenos de ativismos e protestos contemporâneos nas mídias sociais. Bennett e Segerberg (2012) estabeleceram como conceito de ação conectiva os novos fenômenos políticos percebidos na sociedade contemporânea, os quais apresentam novas formas e tipologias de participação política, que não são mais centrados e estruturados como nas tradicionais organizações políticas (tais como partidos políticos, associações sindicais ou movimentos sociais tradicionais). Trata-se de uma outra forma de participação política, a qual surge com e a partir dos canais de comunicação presentes no ambiente digital e que não está associada diretamente às organizações políticas tradicionais.

De acordo com as autoras (2012), o que se apresenta atualmente é uma configuração social crescentemente, a qual é estruturada por sistemas de redes fluidos. A partir dessas redes sociais fluidas têm-se novas possibilidades de relacionamento, comunicação e informação, somente possíveis devido ao desenvolvimento e popularização da Internet, dispositivos móveis (sobretudo smartphones) e das mídias digitais. É este contexto que traz as condições necessárias para o surgimento de novas formas de interação a partir de indivíduos tecnologicamente conectados.

Percebe-se, assim, que as ações conectivas são movimentações que indicam a emergência de uma outra lógica de ação, a qual não é mais coletiva e sim conectiva. Isso significa que ela é individualizada e tecnologicamente organizada, resultando em ações de mobilização que não necessariamente dependem de uma identidade coletiva ou de organizações que possam responder às ações, como foi o caso do Movimento #EleNão, por exemplo. Para tanto, as autoras apresentam três tipos de ação organizada, a saber: as ações coletivas tradicionais, as ações coletivas híbridas e as ações conectivas. Tais ações se diferem a partir de uma escala, a qual pondera o grau de centralização na organização dos movimentos sociais atuais e a relação do papel das TIC's neles. Os três estudos de caso apresentados neste trabalho apresentam em diferentes fases esses tipos de ação organizada.

Por sua vez, o conceito de ação coletiva fornece o embasamento necessário para compreender como os dilemas sociais são resolvidos, bem como o fato de uma dada "ordem" é ideal para manter a sociedade funcionando de uma maneira efetiva. Isso porque, para alguns autores, ela evita as denominadas "tragédias do bem comum"[8]. Isso significa que tais tragédias aconteceriam caso não houvesse mecanismos regulatórios que coagissem as pessoas a agir em prol de de resultados que beneficiassem somente seus próprios interesses e a curto prazo, comprometendo a sobrevivência de todos com tal comportamento. Portanto, para sua própria sobrevivência, esses indivíduos desenvolvem racionalmente vínculos sociais, os quais, por sua vez, criam sistemas regulatórios, acarretando em ações coletivas eficientes.

[8] Conhecido em inglês como *tragedy of the commoms*, esse termo faz referência ao fato de como os recursos de bem comum podem ser destruídos ou superexplorados, caso sua utilização não esteja definido e acordado com a sociedade.

As filosofias políticas reconhecem a natureza humana como uma mistura complexa entre os interesses próprios, comportamentos e a questão de seguir as regras aplicadas, de modo a alcançar a efetividade da ação coletiva.

Seguindo a transdisciplinaridade deste trabalho, recorre-se a uma das teorias mais conhecidas na Ciência Política, a qual ajuda a explicar tal dualidade entre as buscas pelas preferências individuais frente às coletivas. Trata-se da a Teoria da Escolha Racional. Presente em estudos de autores como Anthony Downs, James Buchanan, Gordon Tullock, George Stigler e Mancur Olson, entende-se a escolha racional como:

> Os agentes sociais estariam interessados na maximização da riqueza, de votos, ou de outras dimensões mais ou menos mensuráveis em termos de quantidades e sujeitas a constrangimentos de recursos materiais. Todas as teorias resultantes se estruturam da mesma forma: as escolhas feitas pelos agentes devem ser explicadas em termos da variabilidade dos constrangimentos materiais enfrentados por eles (FEREJOHN; PASQUINO, 2000, p.2).

De acordo com Olson (1965, p.2), os indivíduos racionais e auto interessados não agirão para alcançar seus interesses comuns ou em grupo a não ser que estejam em um grupo com um número muito pequeno de indivíduos, ou que sejam coagidos ou que sejam submetidos a outro dispositivo que faça com que eles ajam por interesse comum.

Todavia, há outros autores que questionam tal visão de requerer necessariamente um forte mecanismo de controle e de coerção. Para Elinor Ostrom (2000), por exemplo, essa visão de ação coletiva pode ser considerada “externalista”, contribuindo para uma ciência social positiva. De acordo com a autora, foram realizados diferentes trabalhos empíricos, que mostraram que indivíduos:

> Em todos os setores da vida e em todas as partes do mundo se organizam voluntariamente a fim de obter os benefícios do comércio, proporcionar proteção mútua contra riscos e para criarem e aplicarem regras que protejam os recursos naturais (OSTROM, 2000, p. 138).

Isso significa que a ação coletiva não precisa ser realizada por coerção ou pela perda de bens materiais. Segundo Ostrom (1998), alguns princípios humanos proporcionam a ação coletiva por meio de cooperação. Esta, por sua vez, torna-se uma das variáveis explicativas da ação coletiva, ao se observar os tempos pré-históricos, momento em que a sobrevivência dependia da defesa do interesse próprio

e da ação coletiva com o objetivo de alcançar a cooperação para a sua defesa, para a aquisição de alimentos e, inclusive, para a criação das crianças deste grupo (OSTROM, 1998). Este mesmo princípio da cooperação como elemento evolutivo e natural compreende que:

> À medida que os seres humanos começaram a se estabelecer nas comunidades e se envolver em agricultura e em comércio de longa distância, formas de reciprocidade e relacionamento cooperativo com indivíduos que não fossem apenas parentes próximos se tornaram essenciais para alcançar a proteção mútua, para obter os benefícios do comércio de longa distância, construir instalações comuns e preservar a diversidade de recursos naturais e comuns. Os psicólogos evolutivos produziram evidência substancial de que os seres humanos evoluíram sua capacidade – semelhante à de se aprender um idioma – para aprender normas de reciprocidade e regras sociais gerais que melhoram os retornos da ação coletiva (OSTROM, 1998, p.3).

Nos movimentos sociais tradicionais, os quais trazem fundamentos que ajudam a entender as movimentações políticas presentes nos sites de redes sociais, essa ação coletiva acontece por meio do forte vínculo de identidade coletiva partilhada. De acordo com Diani (1992), existem quatro correntes teóricas que abordam os movimentos sociais. São elas: comportamento coletivo, mobilização de recursos, perspectiva do processo político e, por fim, a teoria dos novos movimentos sociais.

Diferentes autores abordam esta questão. Diani (1992) procura abordar e articular tais perspectivas, explicando que um movimento social é formado a partir de uma rede de interações informais entre diversos indivíduos, grupos e organizações em prol de um conflito político ou cultural, apresentando uma identidade coletiva partilhada. Trata-se de uma definição que ajuda a diferenciar os movimentos sociais dos partidos, de grupos de interesse, bem como de setores religiosos. Ademais, tal conceito serve para diferenciar igualmente redes informais de ação coletiva, como, por exemplo, coalizões políticas e campanhas de mobilização política.

Ao observar os movimentos sociais atuais, em especial os estudos de caso apresentados neste trabalho, deve-se ir além de considera-los como um processo de indivíduos conectados momentaneamente. Deve-se considerar que cada indivíduo utiliza os sites de redes sociais para se manifestar e se articular a partir de identidades constituídas e compartilhadas ao longo de sua trajetória, bem como a partir de sua construção como sujeito coletivo e político. Portanto, sua associação, por meio de ações e interações online, acontece em decorrência de uma identidade compartilhada

com indivíduos que apresentam os mesmos interesse e produzem os mesmos sentidos dos fatos ocorridos. Tal como o Movimento #EleNão, Parada do Orgulho LGBT (mais precisamente o movimento para uma maior representatividade LGBT nas eleições de 2018) e o Marco Civil da Internet.

No entanto, para que essa associação ocorra, há pelo menos três fatores. Segundo Melucci (2001), para que a formação de uma identidade coletiva ocorra é preciso que haja três ordens de orientações, a saber: as relativas aos seus fins, aos seus meios e ao ambiente na qual a ação ocorre. No caso do Movimento #EleNão, o qual será abordado com mais detalhes no próximo capítulo, as mídias sociais e os possíveis resultados das eleições de 2018 levaram as mulheres, seguidas por outras minorias, a se mobilizarem através dos sites de redes sociais, em um movimento que apenas pode ser compreendido a partir dos conceitos de ação coletiva e da construção de uma forte identidade compartilhada, o que fez com que os indivíduos envolvidos se sentissem parte de uma nova coletividade.

De acordo com Castells (2013, p. 160-161), essas redes políticas horizontalizadas não precisam de uma liderança formal. Elas são abertas e não apresentam fronteiras definidas. São flexíveis e se reconfiguraram a partir do nível de envolvimento dos atores na rede. Ademais, são ao mesmo tempo locais, uma vez que começam por motivos e em contextos específicos, e globais, já que estão conectadas e interagindo com o mundo todo.

Percebe-se, assim, que a experiência da luta pertencente aos campos em conflito acaba por conformar práticas e discursos. Essas práticas e discursos, neste caso, compõem um repertório, que pertence a um conjunto de atores em conflito, incorporando a memória das lutas anteriores, bem como de suas inovações (TILLY, 2006). São esses aspectos tanto estratégicos como instrumentais, com práticas e valores, que ajudam a conformar a ação coletiva. Entendendo-se que “repertórios são criações culturais aprendidas, mas eles não se originam de abstrações filosóficas ou como resultado da propaganda política; eles emergem da luta” (TILLY, 2006, p. 26).

2.3 Movimentos Sociais no século XXI

Em resumo, pode-se dizer que se o século XX foi um século de consciência de classe, o século XXI, por sua vez, é o século da consciência em rede, com uma multidão conectada, capaz de desenvolver e automodular a ação coletiva. Trata-se de

uma capacidade de inovar politicamente, sem necessariamente o estabelecimento de instituições, sem intermediários, e que começa em ambientes digitais para aparecer coletivamente em espaços urbanos.

É um movimento que vai de encontro ao isolamento produzido pela direcionalidade dos meios de comunicação de massa tradicionais, tais como rádio, televisão, jornal, aproveitando-se de uma sociabilidade proporcionada pelos canais digitais, os quais asseguram uma dimensão social para a prática informativa. Esses usuários são capazes de realizar milhares de microações de comportamentos digitais com alto grau de autonomia. Analisando-se sobretudo as duas últimas décadas do Brasil, o que se observa são comportamentos políticos que utilizam os meios de socialização de uma grande parte da população através das mídias sociais. A revolução tecnológica que configura a sociedade do século XXI acelerou o ritmo das transformações históricas.

Transformações essas que frequentemente abalam as instituições da sociedade industrial já que esta sociedade líquida e em rede apresenta hábitos, regras, valores e assembleias digitais, as quais emergem para questionar a democracia no mundo. A subjetividade desenvolve novas formas de ação coletiva, baseadas e mediadas pelo uso político das tecnologias.

Analisando-se os estudos de caso presentes neste trabalho percebe-se que é como se a tecnologia e a política fossem reformuladas e conectadas, de modo a construir de maneira consciente e estratégica formas emergentes de auto-organização. A tecnopolítica, portanto, engloba os conceitos de comunidades virtuais (RHEINGOLD, 2004), o autocomunicação (CASTELLS, 2009), o de inteligência coletiva (LÉVY, 1997) e o poder das identidades coletivas para que se tenha uma reorganização social em grande escala, a partir de grupos de indivíduos unidos não pela proximidade física, mas por uma proximidade ou agrupamento de interesses, gostos, desejos e projetos, o que os leva a serem considerados e-cidadãos. Neste contexto, a tecnopolítica é cada vez mais uma tendência de subjetividade política na sociedade em rede.

Este conceito está à beira dos acontecimentos atuais, para antecipar e conectar os elementos de forma disruptiva, para desapropriar os lugares estabelecidos para protestos e conflitos sociais. Ele permite o uso flexível e inteligente de identidades coletivas e também a comunicação para a expansão e resposta de qualquer ação, tal como foi o Movimento #EleNão.

Os estudos de caso que serão apresentados no capítulo 3 conseguiram, cada qual à sua maneira, ocupar o espaço público na sociedade em rede, considerando que este espaço público é, ao mesmo tempo, um espaço midiático utilizado para permear toda a sociedade, transformando as vozes em atores da vida pública. Constrói-se, assim, identidades coletivas digitais, que nada mais são do que o estabelecimento por meio de uma rede, de canais de difusão e de composição de uma comunidade, que se comunica de uma maneira distinta da qual os usuários, de maneira individual, se expressam. Essa identidade coletiva permite construir um lugar específico a partir do qual se possa intervir na sociedade, de acordo com objetivos em comum. Assim, considera-se identidade coletiva qualquer movimento que possa se expandir no território cibernético e que tenha consequências sociais na produção e disseminação de informação de comunidades mais influentes. Essas identidades podem lançar campanhas, ações ou processos para a transformação da mentalidade vigente e a mobilização de indivíduos/grupos para as ruas. Portanto, uma identidade coletiva digital demanda pessoas para obter o apoio diário de uma estrutura de comunicação e de trabalho de mobilização. Se a rede não aceita, ou não endossa, as propostas lançadas, não há a inclusão do movimento pelo sistema de rede, sendo este um movimento não próspero. Em certa maneira, conforme será visto no próximo capítulo, foi o que aconteceu com o Marco Civil da Internet.

Serão considerados movimentos tecnopolíticos neste trabalho aqueles que tiverem a capacidade de construir eventos que são desejados e projetados primeiramente no ambiente digital, para, em seguida, serem realizados em um espaço urbano. Tal dimensão performativa da tecnopolítica somente é alcançada na medida em que indivíduos se organizam em rede para a ação coletiva. Tem-se, dessa maneira, uma ideia de ação coletiva, a qual é visualizada e lançada em ambiente digital; um planejamento estratégico é feito para estendê-la, de modo a levar mais usuários a acreditar coletivamente em algo que está sendo criado e está ganhando corpo à medida que a interação social se apropria dela. Foi o caso do movimento político LGBT após a Parada do Orgulho LGBT e do Movimento #EleNão. Ou seja, construiu-se um evento, projetou-se um desejo coletivo em uma data específica, houve ativação dos sistemas de rede para que pudessem se espalhar, o que tornou os eventos possíveis. São processos que interligam o ciberespaço e um geoterritório, hibridizando-os. São acontecimentos que transformam.

Segundo Deleuze (2005), um acontecimento é apresentado como a irrupção de um tempo suave e imensurável. Tem uma dimensão impessoal e intempestiva e é apresentada em série. Os estudos de caso analisados atuam neste sentido, operando uma mudança radical e súbita. Desterritorializa-se identidades anteriores, com a modificação dos sentidos, linguagens e emoções de indivíduos. O acontecimento transforma os limites entre os corpos, causando um impacto na lógica da sensação, obrigando-nos a novas produções de sentidos. A intensidade do acontecimento lhe envolve emocionalmente com o espaço-tempo do mundo, como reativação e reprocessamento dos dados ambientais que intensificam as conexões. Acontecimentos sociais, políticos e culturais como os analisados sincronizam a experiência coletiva e conectam a multidão em termos de linguagem, conteúdo, afeto, espaço, tempo e comportamento. Para que isso ocorra, a sincronização precisa de uma desterritorialização das identidades pessoais, para encontrar uma dimensão comum, anônima e poderosa das pessoas conectadas. Surgindo, assim, um e-cidadão.

No entanto, para que haja essa confluência de ações, é preciso considerar algo que vai além de elementos programáticos ou ideológicos. Uma mobilização não começa com um programa ou uma estratégia política a ser usada, mas sim com a transformação da emoção em ação (CASTELLS, 2006 e 2011). Para que um movimento se forme, a ativação emocional dos indivíduos deve ser coordenada com a de outros por meio de processos de comunicação, de modo a criar uma emoção coletiva ou compartilhada (como foi o caso do Movimento #EleNão). As emoções estão mais ligadas aos fatores corporais do que aos fatores deliberativos (DAMASIO, 2005), e são compostas pelos fluxos de matéria e energia que atravessam o corpo humano. Isso significa que esses fluxos são interpessoais porque, na medida em que dependem de interações pessoais, as emoções são disseminadas, na medida em que os indivíduos se percebem em condições materiais e sociais semelhantes. A construção de emoções coletivas emerge de um processo de interação e comunicação contínuas, no qual elas são compartilhadas, se realimentam, se transformam a todo o momento. Portanto, a explosão emocional de movimentos tecnopolíticos é contagiante e articulada, tal como uma macroestrutura de participação social e digital, e por meio da qual se tem contágio tecnologicamente estruturado. Este, por sua vez, constitui um sistema de redes que evolui como uma unidade e que mantém dinamicamente sua identidade como distinta do resto do seu ambiente.

Tal sistema de rede, em seu estado de máxima atividade, manifesta-se como uma força crescente, que contesta a enunciação e a legitimidade dos poderes constituídos. Trata-se de um corpo social como plano de imanência (DELEUZE e GUATTARI, 2006), definido por um fluxo de desejo compartilhado por aqueles que estão conectados, que mostra a autonomia emocional e cognitivo de uma nova subjetividade.

3 MÍDIAS SOCIAIS E MOVIMENTOS TECNOPOLÍTICOS

Nos dois primeiros capítulos desta tese, foram apresentados conceitos pertinentes à compreensão dos movimentos sociais tecnologicamente organizados, bem como o contexto atual da sociedade e as práticas informacionais a partir de questões sociais, políticas e culturais. Neste capítulo, por sua vez, traz conceitos e metodologias que ajudarão a compreender e analisar os dados coletados a partir dos sites de redes sociais, e os estudos de caso selecionados para esta tese, a saber: o Marco Civil da Internet, Parada do Orgulho LGBT de São Paulo e o Movimento #EleNão.

Um dos principais caminhos para o estudo de grupos sociais é a denominada Análise de Redes Sociais (ARS). Ela fornece os subsídios para uma análise sistemática a partir da estrutura desses grupos sociais, por meio de medidas específicas. Trata-se de uma abordagem com origem na Sociometria e na Teoria dos Grafos, ou seja, apresenta um viés matemático, e permite analisar relações sociais. (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015)

Cabe aqui ressaltar que a ARS não é somente um método; ela é uma abordagem a partir de grupos sociais. Assim, trabalhos que optam por ela compreendem uma percepção do grupo social tal como uma rede, sendo sua análise realizada por meio de algumas premissas metodológicas, as quais embasam este capítulo. Os estudos das estruturas sociais entendem que os indivíduos, neste caso denominados atores sociais, estão presentes em estruturas complexas de relações com outros atores (os quais podem ser tanto indivíduos, quanto instituições, empresas etc.). E são tais estruturas que permeiam o comportamento e a visão de mundo desses indivíduos, sobrepondo-se em grau de importância a outras categorias, como classe social, sexo ou idade. (DEGENNE; FORSÉ, 1999; WASSERMAN; FAUST, 1994)

Assim, cada indivíduo pertence a grupos sociais que são constituídos a partir de suas relações em diferentes ambientes, sejam eles a família, instituições de ensino, amigos e até o ambiente de trabalho. Estabelece-se tais relações por meio de interações e associações, as quais conferem a esses atores determinadas posições em suas redes sociais e que são continuamente modificadas por essas mesmas ações. Percebe-se, dessa maneira, que a posição dos atores é, ao mesmo tempo, um

produto e uma produtora de interações, o que equivale dizer que essa rede influencia e é influenciada pela posição dos indivíduos.

Como exemplo destas relações e ações têm-se o Marco Civil da Internet, um dos estudos de caso deste trabalho. A circulação da informação de que qualquer indivíduo poderia participar da composição da lei dentro de um determinado grupo social está diretamente relacionada às decisões individuais em repassar a informação a outros atores ou não. Tem-se um ator A que se interessa por questões referentes à regulamentação da Internet no Brasil. Sua posição na rede, ou seja, o lugar em que ele está em relação a suas conexões e às conexões de outros, será um fator determinante para ele receber ou não informações sobre essa oportunidade participativa. Portanto, percebe-se que as decisões individuais apresentam um reflexo na rede como um todo, uma vez que permitem que certas informações circulem ou não. Por outro lado, as estruturas de uma rede são constituídas de e por interações, bem como por decisões dos atores.

Ainda no que tange à questão da rede, aquela na qual qualquer indivíduo (ou grupo social) está inserido é igualmente responsável pela influência nestes indivíduos. Conforme foi apresentado no capítulo anterior, nos conceitos de sistema de rede e movimentos sociais tecnologicamente estruturados, o lugar de alguém na estrutura social é constituída por uma série complexa de relações, sendo que delas emergem normas, oportunidades e, até mesmo, limitações. Um ator que está inserido em uma minoria (como é o caso das mulheres no Movimento #EleNão), tem determinadas expectativas para si oriundas do fato de ser mulher. Dependendo dela, o ator poderia ter acesso a informações importantes restrita a mulheres nas Eleições 2018 ou mesmo ter limitações extremas nesse acesso. Isso significa que a percepção da estrutura em torno dos atores é decisiva para a compreensão de seu comportamento. Ademais, tal comportamento individual dos atores reflete na rede em sua totalidade, de modo a moldá-la e adaptá-la, sendo um fator decisivo para o entendimento da estrutura em si.

Os exemplos apresentados no início deste capítulo e os estudos de caso que estarão presentes ao final deste capítulo estão estabelecidos na percepção dos grupos sociais pela análise de redes. É no estudo das estruturas sociais que se encontrou para este trabalho a oportunidade para entender fenômenos que decorrem de estruturas e da posição dos atores nelas.

Por ser algo que vai além de um método, a análise de redes sociais (ARS) surge a partir de um ramo interdisciplinar de pesquisa, com referências que podem ser encontradas em diferentes ciências, principalmente no início do século XX (mais precisamente a partir da década de 1930). No entanto, não há uma unanimidade no que tange ao surgimento da ARS. Grande parte dos autores mostra como precurssores da ARS a Sociometria e a Teoria dos Grafos (WASSERMAN; FAUST, 1994; DEGENNE; FORSÉ, 1999; SCOTT, 2001), ainda que alguns conceitos estejam presentes em trabalhos anteriores. (FREEMAN, 2004)

Na presente tese, serão considerados como base a Sociometria e a Teoria dos Grafos. Entende-se que, embora alguns conceitos possam ser encontrados em outras disciplinas, como por exemplo na Antropologia, Matemática, e na Ciência da Informação, são essas duas bases que permanecem fomentando os estudos na área. De acordo com Scott (2001), a ARS é uma abordagem para o desenvolvimento da Sociometria, a qual apresentou uma sistematização analítica com base nos fundamentos da teoria dos grafos. Por sua vez, no que tange ao desenvolvimento do método, o mesmo autor o atribui aos pesquisadores que estudaram padrões de relações, bem como a formação de grupos sociais como cliques na década de 1930, e, por fim, aos antropólogos que utilizaram este arcabouço teórico-metodológico para entender os conceitos de “comunidade”. Scott (2001) ainda ressalta que tais tradições são a base do que será a tradição dos estudos de análise de redes a partir da década de 1960.

Atribui-se, de uma maneira geral, à invenção do sociograma, graças à abordagem de Jacob Moreno, um dos principais fundamentos da ARS, na década de 1930 (WASSERMAN; FAUST, 1994). Tem-se no sociograma a representação da rede, na qual os atores sociais são apresentados como nós, e suas conexões, representadas por linhas que unem esses nós (arestas). O objetivo de Moreno era mensurar as relações dos grupos, de modo a compreender, a partir dessa medida, a maneira como os conjuntos de atores eram estruturados. Denomina-se essa abordagem como Sociometria. Ainda em seus estudos, mais precisamente em sua obra *Who shall survive*, ele utiliza pela primeira vez o termo “redes” como forma de referência às redes de relações interpessoais entre indivíduos.

Complementa Scott (2001) que o trabalho de Jacob Moreno era ancorado na Psicologia, trazendo ainda indícios dos trabalhos de alguns pesquisadores alemães, tais como Tönnies, Weber e Simmel. Por sua vez, Freeman (2004) aponta a relevância

de Helen Jennings ao trabalho de Moreno, uma vez que ela foi uma de suas primeiras colaboradoras. Ainda que os conceitos e métodos apresentados por Moreno não tenham tido tanta repercussão até década de 1950, é esta perspectiva sociométrica que norteiam os principais conceitos da análise de redes.

Ainda no que tange à ARS, tem-se como outro fundamento a Teoria dos Grafos (RECUERO, 2009), a qual trouxe para a análise de rede formas mais sistemáticas de medida e compreensão dessas estruturas. Nela, os grafos tem como função representar essas redes, sendo que em seu arcabouço teórico estão as principais métricas estabelecidas para compreensão tanto da estrutura, como das posições de seus nós.

Esta teoria apresenta uma parte da matemática a qual estuda os conjuntos de objetos e suas conexões. De acordo com Scott (2001), foram Cartwright e Harary os responsáveis pela primeira aplicação dos grafos para os sociogramas. Ela abriu espaço para que outras perspectivas fossem compreendidas dentro da dinâmica dos grupos sociais. Ou seja, foram esses autores que contribuíram para o entendimento das subdivisões do grafo.

No contexto atual, a principal mudança dentro da perspectiva dos sociogramas e da teoria dos grafos é que a análise de redes sociais ampliou o foco do estudo, passando de grupos pequenos para grupos em maior escala. Fato este percebido nos estudos presentes na última década sobretudo quanto aos movimentos sociais online. Entende-se que tal transformação esteja relacionada, em um primeiro momento, à disponibilização de dados sociais, obtidos a partir de plataformas digitais de comunicação. Ela está igualmente relacionada à utilização de métodos computacionais, os quais facilitaram tanto a coleta como a análise dos dados sociais. Esses dois aspectos levaram ao surgimento de disciplinas como, por exemplo, as Ciências Sociais Computacionais nas áreas das Ciências Exatas, e disciplinas como por exemplo Métodos Computacionais e Métodos Digitais para as áreas de Ciências Humanas e Sociais. É essa transdisciplinaridade que resulta em uma nova fase da análise de redes sociais.

Neste momento, é preciso conceituar a diferença entre as redes sociais dos sites de rede social. Atualmente, utiliza-se o termo redes sociais para se referir às ferramentas sociais digitais, tais como Facebook, Twitter etc. No entanto, o conceito de rede social não é sinônimo delas. (RECUERO, 2009)

Neste trabalho procura-se fazer essa distinção para não gerar dúvidas sobre os métodos e objetos de estudo. O conceito de rede social está relacionado à percepção de um grupo social determinado pela sua estrutura (conhecida como a "rede"), a qual é geralmente oculta, uma vez que se manifesta somente a partir das interações. As plataformas sociais na Internet, por sua vez, podem evidenciar ou influenciar as estruturas sociais (BOYD; ELLISON, 2007). Isso significa que o Twitter, em si, não apresenta redes sociais. Trata-se de um modo de apropriação que os indivíduos utilizam e que pode mostrar redes que existem ou ainda que estão baseadas em estruturas sociais construídas por usuários. Ou seja, a partir do momento em que os usuários comecem a utilizar o Twitter, os atores desenvolverão neste ambiente redes sociais que passarão a ser exibidas pela ferramenta.

Assim, para esclarecer a diferença entre as redes sociais e as ferramentas digitais que Boyd e Ellison (2007) estabeleceram o conceito de "site de rede social". Segundo as autoras, algumas ferramentas online possuem modos de representação de grupos sociais que surgem a partir das relações entre os atores. Tais plataformas teriam como características: permitir que os atores tenham um perfil público ou semippúblico; fornecer subsídios para que os atores estabeleçam conexões com outros atores; permitir que os atores visualizem ou naveguem pelas conexões. Entende-se, portanto, que os sites de rede social são diferentes da rede social, uma vez que os sites apenas representam essas redes. Ademais, os sites, enquanto plataformas que podem ser apropriadas pelos usuários, não são traduções das conexões sociais presentes no ambiente offline. Eles, na verdade, amplificam as conexões sociais, permitindo que elas apareçam em uma maior escala (RECUERO, 2009), atuando igualmente de modo a auxiliar na sua manutenção.

É válido ressaltar que o estudo das redes sociais por meio da análise de redes (ARS) pode ser realizado tanto para redes sociais online quanto para as offline. A diferença consiste nas variações entre esses fenômenos.

Ademais, há outros elementos importantes dos sites de rede social. É o que Boyd (2010) denomina de "públicos em rede" (*networked publics*). Esse conceito não se relaciona diretamente a ARS, mas auxilia na compreensão de como os sites de rede social podem influenciar os processos de representação dos grupos. Para tanto, a autora traz a noção de *affordances* para explicitar os elementos que surgem a partir das características técnicas dessas plataformas e suportam suas apropriações. Tais

affordances são, a saber: a persistência, a replicabilidade, a escalabilidade e a buscabilidade.

A primeira delas – a persistência – consiste em entender que as interações constituídas em meios online tendem a permanecer no tempo. Isso significa que, ao contrário das interações orais, as quais tipicamente podem desaparecer após sua locução, por exemplo, as interações nos ambientes digitais permanecem, uma vez que as conversações que neles ocorrem podem ser recuperadas em outros momentos. (RECUERO, 2012)

É a persistência que propicia o ambiente para que as interações nas redes sociais online aconteçam em diferentes momentos, mesmo quando os atores envolvidos não estão presentes simultaneamente. Tem-se, dessa maneira, uma ampliação das possibilidades de manutenção e recuperação de conexões e valores sociais.

Já a replicabilidade faz com que a informação transite mais rapidamente e com menos ruído dentro da estrutura das redes sociais online. Isso porque, como as interações permanecem no ambiente online, podem ser mais facilmente replicadas. Tal característica gera um duplo resultado: a informação circula de uma maneira mais rápida e com maior fidedignidade.

Ao se observar os dois elementos (persistência e replicabilidade), percebe-se que ambos são fundamentais para que as informações publicadas nas redes sejam escaláveis, com a possibilidade de percorrer rapidamente toda a estrutura das redes, ou seja, circular de um modo “viral”. Assim, como é fácil replicar as interações, e uma vez que estas estão permanentes no espaço online, é igualmente mais fácil escalar a transmissão de uma determinada informação presentes nas interações. É ainda em decorrência da persistência que as interações podem ser rastreadas, buscadas, assim como as informações nelas contidas.

Tais características estruturais que garantem os fundamentos que auxiliam na análise das redes sociais na Internet. Observe que, sem esta característica da permanência das interações e das conexões sociais, não seria possível reconstruir as redes, bem como analisar suas estruturas. Por sua vez, se não houvesse a buscabilidade, não seria possível coletar dados das conversações presentes nas estruturas. Todavia, é preciso destacar que são essas mesmas características que alteram as estruturas sociais, de modo a torna-las diferentes das redes sociais presentes no ambiente offline.

Além desses elementos, Boyd (2010) aponta para o que chama de “dinâmicas” desses públicos em rede, características emergentes da estrutura dos grupos sociais online. Essas dinâmicas, embora muito mais importantes para o processo de conversação nos sites (RECUERO, 2012), também caracterizam e influenciam as redes sociais que emergem desse processo. Elas seriam: (1) audiências invisíveis; (2) colapso dos contextos; e (3) borramento das fronteiras entre o público e o privado. As redes expressas nesses sites de rede social tendem a ser, conforme dissemos, muito maiores e mais interconectadas do que as redes offline (o estudo de Backstrom e colaboradores, 2012, sobre o Facebook, por exemplo, demonstra isso). Entretanto, essa estrutura interconectada de atores que estão aproximados na mediação constitui audiências que não são imediatamente discerníveis para quem está interagindo. Por isso, Boyd diz que as audiências que rodeiam as interações no espaço online não são imediatamente discerníveis, logo, “invisíveis”. Além disso, como as interações permanecem e são reproduzidas nessas ferramentas, elas podem facilmente ser deslocadas de seus contextos originais e replicadas em outros. Esse descolamento do contexto poderia, por exemplo, aumentar o potencial para conflitos das interações desses grupos. Finalmente, o apagamento ou borramento das fronteiras entre o público e o privado traduz-se na dificuldade em demarcar espaços que são tipicamente dados nos grupos sociais offline, tais como os grupos familiares, com os quais se tem intimidade, e aqueles com o quais não se tem. Nos sites de rede social é muito mais difícil compreender elementos de natureza privada, pois, por princípio, o que se coloca nessas ferramentas é público. Essa confusão acaba por evidenciar os atores, aumentando a percepção de intimidade e sua participação pela rede.

Tais parâmetros proporcionam os contextos em que se pode perceber como as redes sociais na Internet são diferentes em suas apropriações e práticas sociais, bem como na circulação de informações das redes sociais no ambiente offline.

Atualmente, a análise de redes sociais pode ser usada para compreender diversos fenômenos, sendo verificada em pesquisas de áreas, tais como as áreas da Ciência da Informação e Comunicação Social. Nelas, os estudos contemplam fenômenos associados à estrutura das redes sociais, sobretudo no ambiente online. Devido ao crescimento da quantidade de dados sociais disponibilizados por conta da utilização das TIC’s, e por ser uma abordagem propícia para estudo e visualização de maiores quantidades de dados, a ARS ganhou projeção dentro do âmbito acadêmico.

Neste contexto, destacam-se alguns trabalhos na área das Ciências da Informação, entre os quais estão os de Bruns et al (2012) que estudou as conversações mediadas por computador, analisando como a estrutura da rede pode influenciar os processos de difusão de informações em grupos online; os de Bruns et al (2012) e Recuero (2014) que verificaram como a estrutura pode desvelar os processos de conversação em grupos; os de Recuero, Bastos, Zago (2015) no que tange a processos de colaboração emergentes; e, por fim, os de Malini (2016) na aplicação dessas premissas a partir das métricas construídas pela ARS.

Verifica-se, desse modo, que ARS torna-se válida para analisar, por exemplo, comportamentos de uma grande quantidade de atores sobre um evento ou tópico (como é o caso do Marco Civil da Internet, Parada do Orgulho LGBT e Movimento #EleNão), ou ainda a influência dos atores em processos de comunicação. Mesmo sendo de grande valia para pesquisas envolvendo um volume considerável de dados, ela pode ser igualmente válida para casos mais específicos, que demandam um viés mais qualitativo. Ademais, uma parte considerável do escopo consiste na criação de visualizações de grafos que auxiliem a compreensão dessas estruturas.

Para que o estudo de análise de redes seja viável, é preciso que o objeto de pesquisa apresente uma estrutura mapeável (isso acontece nos três estudos de caso selecionados), que esse mapeamento ajude na compreensão do fenômeno investigado. Esse presente trabalho atende a estes dois quesitos. Ainda assim, é relevante destacar alguns dos estudos possíveis a partir desses dois quesitos.

O primeiro deles é o estudo de relações entre os elementos da estrutura do fenômeno. Ou seja, são estudos que abordam fenômenos sociais cuja estrutura é central para o problema de pesquisa. Fazendo este mapeamento estrutural e aplicando métricas, pode-se compreender como o capital social é gerado pelas conexões, bem como onde ele se concentra e quem é mais importante na estrutura. Pode-se ainda identificar como esta estrutura pode influenciar na difusão de informação e quais grupos existem nela.

Há também os estudos em que o objeto pode ser estruturalmente mapeado. Entende-se que nem todo objeto pode ser mapeado em sua estrutura, por diversas razões. Por isso, deve-se certificar de que o objeto é passível de ser mapeado e entender como essa estrutura pode ser “vista”, de modo a evidenciar os nós e as conexões da rede.

Por fim, há os estudos em que o problema de pesquisa visa um conjunto de dados possível de ser coletado e mapeado com os recursos disponíveis. Para que um trabalho envolvendo ARS aconteça, é preciso que os dados possam ser acessados pelo pesquisador.

O conceito de redes sociais é uma metáfora estrutural para observar grupos de indivíduos, de modo a compreender os atores e suas relações. Isso significa que são observados os atores e suas interações, os quais, por sua vez, constituem relações e laços sociais que geram o “tecido” dos grupos. Tais interações levam os atores a posições no grupo social as quais podem ser mais ou menos vantajosas, ou ainda lhes garantir acesso a outros valores.

Neste contexto, a análise de redes sociais atua na representação dos grupos como sociogramas (ou seja, grafos sociais), os quais são analisados por meio de suas propriedades estruturais. E, nessa representação, entende-se que os laços ou relações sociais podem constituir as conexões entre os nós (ou seja, os atores sociais). Desse modo, dependendo do objeto estudado, percebe-se que as conexões podem ser observadas ora como interações, ora como relações informais ou ainda como laços sociais mais estruturados.

Se por um lado, os sociogramas auxiliam na compreensão das interações, a teoria dos grafos fornece o suporte matemático de análise. De uma maneira simples, pode-se explicar que um grafo é um conjunto de nós e suas conexões. Isso significa que o grafo pode ser uma representação de dois conjuntos de variáveis: os nós e as conexões. Se uma rede social pode ser compreendida como uma dessas representações, pode-se dizer que os nós seriam os atores sociais (sendo que, conforme mencionado anteriormente, eles podem ser organizações sociais, grupos ou indivíduos) e suas conexões (ou seja, suas interações em diferentes graus de envolvimento).

Portanto, uma rede social é constituída de nós, os quais representam atores sociais em uma estrutura. Este nó pode representar uma organização, um indivíduo, um grupo ou uma categoria. Depende do que o pesquisador está estudando. Em um determinado trabalho, os nós podem representar pessoas individuais, já em outro, grupos de pessoas.

Esses nós podem ser todos de uma mesma categoria (como, por exemplo, todos os nós representando organizações, todos os nós representando indivíduos etc.). Trata-se de redes chamadas de rede de um modo (*one mode networks*). Outros

tipos de redes são as redes de dois modos (*two mode networks*). Elas acontecem quando há dois tipos diferentes de nós (ou seja, indivíduos e organizações, perfis e indivíduos, por exemplo).

Além dos nós, deve-se considerar que as redes sociais são constituídas de conexões. Elas apontam para o tipo de relação social, seja ela uma interação, conversação, amizade etc., entre os nós. Neste contexto, entender como os indivíduos conectam-se na estrutura social torna-se um desafio bastante relevante e sobre o qual tem-se alguns autores que tentaram apontar alguns caminhos. Considerando tais aspectos, um dos trabalhos de maior destaque é o Granovetter (1973), sobre a "força dos laços fracos". O autor apresentou uma classificação na qual os laços sociais poderiam ser "fortes", "fracos" ou ainda "ausentes". Assim, considera-se um laço forte relações sociais que apontam para uma maior proximidade entre dois nós, um indicativo de intimidade; já os laços fracos referem-se a associações mais pontuais, fluidas entre os atores. Por fim, os laços ausentes equivalem a laços sem importância estrutural ou inexistentes entre dois determinados nós.

Para Granovetter (1973, p. 1361), a força do laço é "uma combinação (provavelmente linear) da quantidade de tempo, da intensidade emocional, da intimidade (confiança mútua) e da reciprocidade que caracterizam o laço". Entende-se, dessa maneira, que a quantidade de interações entre dois atores tende a representar a força da conexão, uma vez que as conexões fortes demandam um maior investimento quando comparado a conexões fracas. Observa-se, assim, que os tipos de laço social refletem as diferenças qualitativas entre as conexões, tornando-se um desafio compreender a forma como a estrutura é construída através dos dados e da análise de redes, por meio de um conceito complexo.

Ainda no que tange à análise de redes, verifica-se que as conexões são representadas de modo numérico e direcional, ou seja, tem-se um valor relacionado ao peso dessa conexão. É esse peso que pode indicar o tipo de conexão entre os nós da rede. Ao comparar as conexões mais fracas (as quais apresentam um valor menor) com mais fortes (as quais apresentam valor maior), pode-se perceber o tipo de laço social que existe entre os atores. Além disso, as conexões podem ser direcionadas (A envia uma mensagem a B, mas ele pode receber ou não a resposta) ou não direcionadas (neste caso, entende-se que a conexão apresenta a mesma força em ambos os lados, não sendo possível indicar a direção da conexão).

Entretanto, em redes que apresentam conexões mais fortes, existem igualmente conexões mais multiplexas. Isso significa que as conexões são provenientes de relações sociais mais variadas. Nesse contexto, as conexões fortes são mais recíprocas e tendem a formar dentro da estrutura da rede, o denominado cluster (ou agrupamento). Assim, tem-se como conceito de cluster um conjunto de nós que estão mais densamente (inter)conectados (ou mais interconectados), quando comparados ao restante da rede.

3.1 Capital social e os valores das conexões

Dentro da análise de redes sociais, tanto o conceito de laço quanto o de capital social são relevantes para a pesquisa. Retomando a questão do laço social, Granovetter (1973) explica que esses laços podem constituir vantagens estruturais aos atores (informação, intimidade, reciprocidade etc.). Tais vantagens ou benefícios são consideradas formas de capital (RECUERO, 2009).

Analisando-se autores que trabalham com o conceito capital social, percebe-se que a maioria compreende o capital social como um valor associado que se refere à estrutura social (BOURDIEU, 1972; PUTNAM, 2000; BURT, 1992; COLEMAN, 1988). De acordo com Burt (1992), tal conceito é uma metáfora para transações que constituem as interações sociais. Por sua vez, Putnam (2000) apresenta o capital social como sendo de dois tipos. O primeiro deles é o *bridging,* que caracteriza as conexões como sendo pontes (ou laços fracos) entre atores de diferentes grupos. O segundo tipo é o denominado *bonding,* o qual caracteriza a qualidade das conexões (sou seja, os laços fortes) em um mesmo grupo. Em resumo, para o autor, o capital social pode ser caracterizado quanto ao tipo e à qualidade das conexões presentes em uma rede.

Portanto, a presença em uma rede social fornece subsídios para a construção de valores para os atores. Assim, as relações sociais são construídas a partir de trocas por meio das quais os atores visam atingir objetivos e interesses, tal qual um sistema econômico. Para obter os benefícios, deve-se, dessa maneira, investir na estrutura social, por meio de interações. Nesse contexto, os valores de capital social associam-se a padrões de comportamento, participação e às conexões que alguém possui, bem como de vantagens competitivas provenientes desses valores. (BURT, 1992, p. 348)

Observando-se tais conceitos, pode-se inferir que a interação social é norteada pela percepção de valores, posicionamento e vantagens sociais. Ainda que Bourdieu (1972) tenha uma visão mais crítica de capital social, já que, para ele, o capital social é uma fonte de desigualdade social, este trabalho se apoiará nos conceitos de outros autores que compreendem o capital social como um elo da estrutura do grupo social, o qual facilita a coordenação da ação dos grupos (PUTNAM, 2000). De acordo com Putnam (2000), entre os valores que compõem o capital social estão a confiança, as normas e as redes. A partir desses parâmetros, percebe-se que as trocas sociais resultam na construção de valores, os quais sendo percebidos por parte do grupo atuam na constituição de relações de confiança, devido aos investimentos individuais na estrutura social.

A variedade de tipos de laço social gera vantagens e elementos para os indivíduos na rede social. Por exemplo, os laços fracos podem ser mais eficientes quando o objetivo é fazer circular uma informação nova e diferente na rede (GRANOVETTER, 1973); já os laços fortes, por sua vez, remetem mais a valores como confiança e intimidade (PUTNAM, 2000). Percebe-se, assim, que a posição do ator na estrutura decorre de valores que ele tem ou não acesso. Ademais, o fato de existir grupos que são mais conectados que o resto da rede (ou seja, os clusters) pode estar associado a outras formas de capital social.

No que tange aos valores, ressalta-se que a estrutura apresenta valores para os indivíduos e também para os grupos sociais. Entender a estrutura e a posição desses atores na rede ajuda a compreender os valores existentes nas redes e a sua circulação na estrutura.

Há outros conceitos que ajudam a entender os tipos de valores presentes em uma rede social. Entre eles está a relação do conceito de capital social com a circulação de informação. Entretanto, há ainda autores que associavam o conceito de capital social a valores mais concretos. É o caso de Bertolini e Bravo (2004), que associaram o conceito de capital social a diferentes níveis na rede. Tem-se inicialmente o primeiro nível, no qual o capital social é apropriado de modo individual, sendo associado a elementos oriundos dos laços fracos. Nesse nível inicial, estão presentes três tipos de capital social, a saber: conexões sociais que os atores apresentam, as informações a que se têm acesso e a compreensão das normas do grupo/rede social a que pertencem. Por sua vez, em um segundo nível, o capital social

está relacionado aos laços fortes e ao coletivo, de modo que os benefícios apenas são usufruídos coletivamente.

No presente trabalho, considera-se que existem dois tipos de capital social. Tem-se a confiança no ambiente social, uma vez que o ambiente é vantajoso aos atores pela confiança construída entre eles, e existe a institucionalização, a qual é associada ao reconhecimento do grupo enquanto grupo. Tal tipologia apresenta parâmetros para a observação da emergência de valores nas estruturas sociais pesquisadas nos estudos de caso, bem como na influência dessas estruturas em retorno, nos valores. Ela igualmente fornece os subsídios necessários para compreender como os valores podem ser usufruídos.

Quanto aos valores, há ainda aqueles percebidos em decorrência de investimento e captura de recursos na rede. Nesse sentido, a popularidade ou impopularidade, por exemplo, são analisadas como um tipo de valor social (RECUERO, 2009). Isso porque um indivíduo somente pode ser popular a partir de outros indivíduos. Entende-se que a popularidade é concedida, uma vez que o ator popular pode concentrar mais capital social, no que tange a questão de atenção e visibilidade de seus pares, em comparação a outras pessoas que não são populares. Portanto, isso significa que para um indivíduo ser popular, é preciso que outros não sejam.

Isto posto, percebe-se que o conceito de capital social, sobretudo nas redes sociais e em suas análises, apresenta aspectos complexos, como apropriação e escassez. De acordo com Barabási (2003), há por exemplo a presença de conectores, que nada mais são que um pequeno grupo de nós com mais conexões que os demais na mesma rede, de maneira semelhante à popularidade. Tais conectores foram igualmente percebidos na literatura subsequente como sendo uma estrutura característica das redes, indicando que o capital social é um recurso escasso, podendo ser apropriado por alguns atores, mas que sua apropriação presume a diminuição das possibilidades de os demais também se apropriarem dele. Isso significa que existem canais, pessoas e grupos populares em qualquer rede social. Entretanto, a chance de alguém ser popular é escassa, ainda que todos tenham acesso aos mesmos recursos.

3.1.1 Homofilia, Buracos Estruturais e Fechamento

Observando o cotidiano, percebe-se que indivíduos mais próximos tendem a ter interesses comuns e padrões de comportamento semelhantes, ora porque se aproximam por partilharem esses interesses, ora porque os adquirem ao pertencerem a grupos que os valorizam. Dessa maneira, os grupos sociais acabam por agregar indivíduos “semelhantes”, como, por exemplo, os grupos religiosos, os quais compartilham da mesma religião; ou grupos de jogadores de futebol, os quais compartilham da mesma atividade. Tal característica é denominada homofilia e é caracterizada pela semelhança dos atores presentes em um mesmo cluster social. Isso acontece pelo fato de que os atores costumam ter acesso às mesmas fontes e a compartilhar as mesmas informações. A homofilia, assim, relaciona-se ao capital social, podendo auxiliar na constituição e no fortalecimento dos laços sociais construídos.

Todavia, há aqueles atores que estão conectados a vários grupos, uma vez que transitam em diferentes círculos. Em redes sociais, tais conexões são conhecidas como “pontes”, já que aproximam grupos variados e distantes entre si. Para Granovetter (1973), geralmente elas são constituídas de laços fracos, sendo fundamentais tanto para a estrutura da rede quanto para a interconexão entre os diferentes grupos. Essas conexões-pontes são relevantes porque permitem a aproximação desses grupos e estabelecem o ambiente necessário para que as informações circulem entre eles.

É esta ideia de pontes que auxilia no entendimento de outro conceito: o de buraco estrutural (BURT, 1992). Os buracos estruturais configuram a ausência de conexões entre dois nós que apresentam grupos ou fontes informativas complementares (ou não redundantes).

De acordo com o autor, o conceito de buraco estrutural está associado ao de redundância. Entende-se que um cluster pode ter conexões redundantes. Isso significa que eles apresentam conexões que conectam um mesmo conjunto de nós. As conexões não redundantes, por sua vez, interligam os atores de diferentes grupos. Dessa maneira, percebe-se que as conexões redundantes são assim reconhecidas porque nelas circulam as mesmas informações. Por outro lado, as não redundantes têm a capacidade de trazer informações novas para o grupo. Retomando alguns assuntos abordados neste capítulo, as conexões podem transmitir informações e

estão relacionadas ao conceito de capital social. Neste sentido, o buraco estrutural equivaleria a uma falha no percurso de transmissão de informações, a qual poderia ser uma forma trazer fontes de informação diferentes para os dois grupos. Portanto, os atores que estabelecem a ponte entre diferentes grupos apresentam uma vantagem em relação aos demais, uma vez que podem acessar tipos diferentes de informação; por outro lado, os buracos estruturais podem representar uma desvantagem para os grupos.

Os clusters são, por sua vez, opostos aos buracos estruturais, uma vez que estão associados ao fechamento da rede. Este fechamento é uma qualidade relacionada ao fato de os nós de uma rede estarem interconectados. Dessa maneira, quanto mais fechada for a rede, maior é o indício de que os atores interconectados compartilham de conexões. Em resumo: clusters tendem a apresentar grupos mais fechados dentro de redes sociais.

Ainda assim, há clusters que podem estar inteiramente conectados. Quando isso ocorre, o cluster é chamado de clique. Trata-se de um grupo no qual todas as conexões possíveis existem, e que também está relacionado ao conceito de capital social. Neste caso, um clique torna-se um indicativo de que um grupo apresenta mais conexões redundantes e, consequentemente, níveis mais altos de capital social associados a conexões mais fortes.

3.1.2 Graus de separação

No que tange às conexões, percebe-se se elas igualmente indicam a distância entre dois nós na rede social, podendo ser representadas por arcos ou linhas. Esses arcos são denominados grau de separação (distância entre os nós A e B). Quando um nó A está conectado por meio de um laço social a um determinado nó B, isso significa que ele está indiretamente conectado às conexões de B e às conexões das conexões de B.

O conceito de grau de separação geralmente está presente na denominada teoria de mundos pequenos. Esta, por sua vez, consiste de um conjunto de nós aproximado na rede por algumas conexões, as quais reduzem a distância (ou seja, o grau de separação) entre os nós na estrutura. Desse modo, grupos de indivíduos que não se conhecem necessariamente estão próximos na estrutura geral da rede devido

ao fato de que alguns indivíduos estão mais conectados (ou seja, conhecem mais pessoas) que a média.

Tal conceito é facilmente encontrado no senso comum, quando se relaciona as coincidências de encontros aleatórios e da descoberta de conexões entre os atores. Segundo Watts e Strogatz (1998), tal modelo é possível devido à presença dos laços fracos os quais conectam diferentes clusters na rede. Em decorrência disso, são necessárias apenas algumas conexões do tipo fraco para diminuir a distância entre dois atores na rede. Tal fenômeno está bastante presente na literatura. Percebe-se que a estrutura de mundos pequenos pode ser encontrada em redes sociais e relaciona-se à presença de pontes entre os nós da rede e à diminuição do percurso entre dois nós da rede por meio dessas conexões, as quais são apresentadas como sendo conexões fracas ou ainda relacionadas aos laços fracos (GRANOVETTER, 1973; WATTS e STROGATS, 1998), e também ao capital social do tipo *bridging* (PUTNAM, 2000), uma vez que permite os atores acessem diversas fontes de informações. Assim, uma das métricas presentes no estudo das redes sociais é a de caminho médio ou distância média, em que se calcula o menor caminho médio entre os nós da rede. Tal métrica serve para mostrar o grau de interconexão da rede por meio dos laços existentes.

3.1.3 Rede direcionada e não direcionada

Entende-se que um grafo representa uma rede direcionada ou não direcionada. A rede direcionada levará a um grafo direcionado e caracteriza-se por conexões que apresentam uma direção, as quais são comumente representadas por uma seta. Neste caso, a opção por um grafo direcionado acontece quando as conexões presentes na rede não são iguais (ou seja, elas não possuem o mesmo peso) entre os atores. Exemplificando, uma rede que analise as interações entre os atores em um contexto específico é geralmente direcionada. É o caso de um canal de mídia social: Twitter, cuja rede de seguidores é direcionada. Isso significa que A pode seguir B, este último não precisa o seguir de volta. Ou ainda, A pode enviar cinco mensagens a B, e ele responder somente duas delas. Portanto, as conexões não acontecem nos dois sentidos ou não apresentam valores diferentes em cada direção, ou seja, não são iguais entre ambos os atores. Desse modo, essas relações podem ser

representadas por uma matriz assimétrica, por meio de valores diferentes para A->B e B->A.

Uma rede pode também ser do tipo não direcionada. Isso significa que as conexões no grafo não apresentam direção ou ainda, que a sua direção não tem importância. Elas são representadas por uma linha e revelam uma matriz na qual os dados das conexões são iguais entre os dois atores. É o caso do canal LinkedIn, no qual um determinado ator A precisa aceitar se conectar a B para que a conexão ocorra. Assim, se A aceitar B, não haverá direção na conexão, uma vez que ambos estarão conectados do mesmo modo, ou seja, no sentido A-> B e no B-> A. A matriz resultante das relações, neste caso, será simétrica, com valores iguais entre A e B.

Ao se mapear uma rede social, percebe-se a presença de uma comunidade por meio da percepção de um grupo de atores que estão densamente conectados, já que tais conexões representam relações sociais. Desse modo, pode-se dizer que os clusters podem corresponder a comunidades. Tal possibilidade, no entanto, depende do que se está mapeando ou do que o pesquisador considera como conexão num grupo social.

3.1.4 Redes egocentradas e redes inteiras

Ao se estudar uma rede social, é necessário igualmente estabelecer como sua estrutura será abordada. Os caminhos mais comuns são o da rede ego ou da rede inteira. A primeira apresenta uma estrutura desenhada a partir de um indivíduo central (ego), o qual determina um número de graus de separação. Trata-se de uma opção para estudos em que se tem por objetivo avaliar a rede em torno de um determinado indivíduo ou ainda quando não existe um modo de restringir a rede que será mapeada. Por sua vez, a rede inteira caracteriza-se por poder ser mapeada na sua totalidade, ou seja, quando é possível limitar uma rede de modo externo (geralmente isso é viável quando os indivíduos que fazem parte de uma determinada instituição, ou ainda quando eles pertencem a um grupo determinado). Nesse contexto não é indicado como medida de coleta de dados o grau de separação.

Portanto, os objetivos de um trabalho que considere a análise de redes devem estar relacionados tanto à análise da estrutura de um grupo social, quanto à observação dos efeitos dessa estrutura.

No início deste capítulo, explicou-se que a análise de redes também utiliza a teoria dos grafos e que esta, por sua vez, apresenta um viés matemático. Sendo assim, a ARS usa medidas que facilitam ao pesquisador entender a estrutura da rede, bem como o papel das partes no fenômeno que deseja observar. Entre essas medidas estão as métricas de rede inteira e as métricas de nó. As primeiras são indicadas para se conseguir perspectivas sobre a rede como um todo. As segundas, por sua vez, são utilizadas para compreender características dos nós de modo individual, bem como sua posição na rede.

Desse modo, as métricas de rede apontam características da rede analisada como um todo, indo além dos nós. Elas são indicadas para compreender características gerais da estrutura. A densidade, por exemplo, refere-se ao número de conexões presentes no grafo em comparação ao número total possível. Trata-se de um reflexo da proporção de conexões para um grafo completo, o que significa que há conexões para todos os pares de nós. Em resumo, a densidade mostra o nível de conexão presente em um determinado grafo. Ao se analisar um dado grupo de nós no tempo, pode-se, entre outras possibilidades, entender se eles se tornaram mais conectados ou menos (ou seja, se a rede está mais ou menos densa). Vale destacar que a medida de densidade máxima de um grafo é 1 (um).

Nesse contexto, em um grafo mais denso as chances de uma determinada informação circular são maiores, enquanto em um grafo menos denso, existe uma menor possibilidade de isso acontecer.

Ainda em termos de grafos sociais, a densidade da rede relaciona-se à presença de um ou mais clusters. Isso significa que essa medida tende a indicar redes em que os atores estão bastante conectados ou em que há muita participação, tanto positiva quanto negativa por parte dos atores.

Outra métrica utilizada em estruturas é a modularidade, um indicativo de grupabilidade, sendo relacionada à tendência de alguns nós se conectarem entre si. Ela auxilia na identificação de tendências, como o fato de um determinado nó estar mais conectado a nós de um subconjunto X do que aos de um subconjunto Y.

Aplicando ao contexto de redes sociais, tem-se que a modularidade ajuda na identificação de subgrupos de atores quando estes estão inseridos um grande grupo. Ela permite, assim, observar grupos nos quais as conexões são mais constantes entre si do que com o restante da rede. Uma rede pode igualmente ser analisada por meio do número de componentes conectados. Entende-se por componente conectado um

conjunto de nós dentro da rede em que há um caminho possível entre qualquer desses dois nós. Trata-se, portanto, de um grupo de nós que está conectado de maneira integral, sem nós “flutuantes”. Neste caso, o número de componentes conectados é um indicativo do número de subconjuntos em uma rede, ou seja, do número de redes desconectadas em um determinado grafo.

Nos grafos direcionados, os atores podem estar fortemente ou fracamente conectados. Em componentes fortemente conectados, entende-se que todos os nós chegam a todos os nós, de modo a seguir a direção da conexão. Por sua vez, nos componentes fracamente conectados, percebe-se que todos os nós chegam a todos, porém ignoram a direção da conexão, o que significa que eles usam arestas com qualquer direcionalidade.

Na prática, deve-se fazer esta diferenciação porque as conexões direcionadas tendem a indicar a existência de apenas um caminho de interação entre dois atores. Ou seja, mesmo que a informação de A chegue a B, a de B pode não chegar a A.

Outra métrica de conexão é o diâmetro da rede, por meio da qual se demonstra a maior distância entre os nós dentro do grafo. Ela também indica o grau de conexão do grafo, bem como o número de arcos que constituem o caminho (path) mais distante entre dois nós.

Por fim, tem-se a métrica de fechamento, que indica a redundância das conexões na rede. Tais conexões redundantes são aquelas que conectam um mesmo conjunto de nós. Isso significa, por exemplo, que em uma rede densa, há uma grande probabilidade de se ter muitas conexões redundantes. As conexões não redundantes, por sua vez, podem servir de pontes, de modo a conectar grupos diferentes de nós, os quais não estariam conectados de outra forma. Trata-se também, desse modo, de uma medida de interconexão. Portanto, quanto mais fechado o grafo, mais denso, redundante e provavelmente maior a sua relação com o capital social de segundo nível e com os laços sociais fortes. É o que se percebe em comunidades, as quais apresentam um fechamento mais alto que a média da rede.

No que tange às métricas, tem-se aquelas relativas aos nós, as quais estão associadas aos atores, e auxiliam na caracterização dos nós, de um modo coletivo ou individual. São elas que calculam a posição de um nó na rede a partir de algumas premissas. Entender o posicionamento dos nós na rede é extremamente relevante para compreender seus papéis na rede.

Entre eles, há o grau de entrada (*Indegree*), que se refere ao número de conexões que um determinado nó recebe. Trata-se de uma métrica de grafo direcionado. Isso significa que, para saber quantas conexões um nó recebe, deve-se saber a direção de cada conexão. Os grafos não direcionados (também conhecidos como simétricos) não apresentam grau de entrada, porque ele é um indicativo de centralidade do nó na rede, de modo a relacioná-la a características específicas a partir do que se definiu como conexão durante a coleta de dados. Assim, um ator que apresenta várias conexões sociais, tem grande possibilidade de ser alguém altamente popular nessa rede; ao mesmo tempo pode indicar que ele tem uma probabilidade maior, quando comparado a outros nós, de receber informações que estão na rede. Ademais, considerando uma rede de citações, por exemplo, o grau de entrada tende a indicar um ator que é mais citado do que outros, o que igualmente mostra uma posição de privilégio privilegiada na rede. Em contrapartida, relações negativas sugerem que um determinado nó com alto grau de entrada apresenta um papel relevante na rede. Por fim, o grau de entrada pode ainda ser analisado por meio de comparações, de modo a mostrar o grau de conexão de um determinado ator em relação aos demais em uma mesma rede.

Por sua vez, o grau de saída (*Outdegree*) é considerado a partir do número de conexões que um determinado nó faz. Trata-se igualmente de uma métrica de grafo direcionado, não estando presente em grafos não direcionados. Ele é uma medida de centralidade de um nó e que, ao mesmo tempo, aponta para outras características comportamentais dos nós. Considerando uma rede social em que as conexões são relações sociais, o *outdegree* tende a indicar atores que procuram se aproximar mais de outros na rede, de modo a constituir relações. No entanto, tais essas conexões não são necessariamente recíprocas. Soma-se a isso o fato de que, em uma rede de conversações, um nó com alto grau de saída pode evidenciar um ator que faz muitas citações, acima do que fazem os demais, sendo mais ativo nas interações.

Se por um lado as métricas de grau de entrada e grau de saída são características de grafos direcionados, a métrica de grau é utilizada apenas em grafos simétricos ou não direcionados. Neles, como o número de conexões é só um, do direcionamento não importa ou não existe, sendo que o grau passa a representar o número total de conexões de um nó. Pode-se utilizar como exemplo as redes de contatos profissionais do LinkedIn, no qual a existência de um laço social depende necessariamente da reciprocidade entre os atores. Assim, um ator não pode ser amigo

de outro sem que haja bilateralidade na conexão. Por isso, não importa a sua direção (ou seja, não é relevante saber quem solicitou a conexão profissional. Ela também é uma métrica de centralidade que mostra a posição do nó na rede. Entretanto, nesse contexto, como não é possível determinar o direcionamento da conexão, as inferências feitas são limitadas, sendo em menor número quanto comparadas à possibilidade presentes no caso dos graus de entrada e saída.

No que tange às métricas, tem-se no grau de intermediação uma das medidas mais complexas em redes sociais. Trata-se de uma métrica que sugere o potencial de um nó em ser uma “ponte”. Isso significa que ela serve para medir o quanto um determinado ator pode conectar diferentes grupos. Indica, portanto, quais são os atores que conectam diferentes clusters na rede. Assim, um ator que apresenta alto grau de intermediação não possui necessariamente o maior grau de entrada ou saída. A centralidade calculada por meio do grau de intermediação é de outro tipo. Ela auxilia na análise de quais atores são capazes de manter a estrutura da rede, tendo, portanto, um papel conectivo mais central. Tomando como referência a estrutura de comunicação de uma escola, tais atores seriam aqueles que conectam diferentes grupos e setores no processo. A função de ponte de um determinado ator deve ser considerada porque indica que um nó está apto a atuar como um filtro de informação entre dois grupos, sendo fundamental para a circulação de informação na rede.

Já a centralidade de autovetor (*eigenvector*) mensura a relevância de um nó em uma rede a partir da “qualidade” de suas conexões. Desse modo, nós com maior centralidade de autovetor estão mais conectados a outros nós que apresentam conexões relevantes. Trazendo este conceito para uma rede social, entende-se que tal centralidade soma a influência indireta (ou seja, as conexões das conexões) à influência direta (ou seja, as conexões diretas) de um ator. Exemplificando: em um canal como o Twitter, este determinado nó com alta centralidade *eigenvector* em uma rede de seguidores equivaleria àquele em que os seguidores possuem também muitos seguidores. Portanto, quanto maior o número de seguidores de indivíduos que seguem uma determinada conta X, maior será a centralidade de autovetor do perfil. Trata-se de uma métrica bastante comum para identificar influenciadores em conversações, uma vez que tende a indicar nós que, pela sua interação, ainda que modesta, dão visibilidade a uma informação para outros nós importantes, os quais podem aumentar essa visibilidade de modo exponencial, considerando, por exemplo, a quantidade de contatos.

O coeficiente de clusterização indica potencial de conexão de um cluster a um determinado nó em sua vizinhança. Isso significa que um alto coeficiente de clusterização mostra que um determinado nó está bastante conectado a seus vizinhos. Há programas que apresentam o coeficiente médio de clusterização da rede, indicando o quão conectada é a rede como um todo. Trata-se de uma medida relevante sobre o grau de interconexão dos nós daquela estrutura, e que ajuda, entre outros aspectos, na percepção de clusters.

Por fim, a proximidade está relacionada a quanto um determinado nó está “mais próximo” dos demais. Pode-se determina-la por meio do comprimento dos caminhos de cada nó. Por isso, trata-se de uma medida de centralidade do nó, uma vez que indica sua posição na rede, bem como sua capacidade de receber informações em decorrência deste posicionamento. Ela é indicada para avaliar pequenos grupos dentro de um grande conjunto de nós.

Os conceitos e métricas referentes à análise de redes sociais (ARS) serão de fundamental importância para este trabalho. No entanto, considerando o aspecto transdisciplinar desta pesquisa, entende-se que a proposta metodológica deve contemplar outros conceitos oriundos de outras áreas para compreender de maneira mais completa quanto possível os estudos de caso selecionados.

3.2 Proposta metodológica

Retomando aspectos abordados no Capítulo 2 e neste capítulo, nota-se que estudar as mídias sociais como esfera pública (SOARES; RECUERO, 2017), de modo a compreender este espaço como disputa de sentidos, permanece como um desafio. Isso porque, enquanto conceito, a mídia social abrange inclusive o uso de sites de rede social para a participação, conversas e até na circulação de informações, considerando que a estrutura da rede pode filtrar, bem como pode dar visibilidade ou dispersar determinadas informações em detrimento de outras (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015).

Neste sentido, pode-se perceber a construção de opiniões públicas a partir de seus destaques nessas plataformas, constituindo percepções sobre indivíduos, marcas, instituições e até mesmo eventos. Para compreender os estudos de caso selecionados, este trabalho propõe a utilização de um método misto, considerando a

ARS em conjunto com técnicas da análise de conteúdo. O intuito é, assim, compreender o discurso a partir de dados de mídia social.

Neste trabalho, entende-se que a associação dos métodos e técnicas apresentados no decorrer dos capítulos são relevantes para a discussão e análise dos estudos de caso. Isso porque a análise de dados de mídia social apresenta um maior significado quando estudada a partir de um contexto e através das relações entre os conceitos. A partir de uma perspectiva tanto de mercado quanto acadêmica, nota-se que as formas de monitoramento geralmente são baseadas em palavras-chave, ignorando conceitos e sentidos que podem estar presentes nos discursos daquela estrutura. A análise de conteúdo, e mais precisamente a análise relacional, ajudará a obter dados sobre o uso dos conceitos nos movimentos da conversação, algo pertinente para os três estudos de caso.

A proposta, portanto, será mais abrangente, compreendendo tanto a análise de conteúdo, quanto a análise relacional dos conceitos por meio da análise de redes. Ela consiste em uma proposta de métodos mistos, constituída por elementos qualitativos e quantitativos, os quais envolverão tratamento informático e observância das conversações obtidas através de mídias sociais. Devido ao volume de dados, ressalta-se que este tipo de análise requer ferramentas computacionais, uma vez que a mineração, categorização e análise de um grande volume de dados inviabiliza um processo mais manual.

Atualmente, existem ferramentas que ajudam tanto na coleta de dados (como o yTK, o NodeXL, Netlytic e Stilingue) como na análise desses dados (Textometrica, Netlytic, Stilingue) e na visualização dos mesmos (Gephi). Especificamente para a proposta que fazemos aqui, uma vez obtidos os dados, é bastante simples resolver cada uma das fases utilizando-se, primeiramente, o Stilingue e o Netlytic para a análise desses dados e uma ferramenta de visualização posterior, como o Netlytic e o Gephi. Em resumo, foram utilizadas as seguintes ferramentas para extração e visualização de dados: Netvizz, Netlytic, Stilingue e Gephi.

Neste trabalho a proposta de análise tem como primeiro passo a extração de dados de interações de sites de redes sociais. Para demonstração, utilizaremos como exemplo dados recolhidos do Twitter e do Facebook para o Marco Civil da Internet, Parada do Orgulho LGBT (2018) e o Movimento #EleNão. Os dados foram recolhidos a partir de crawler das ferramentas mencionadas, que a cada uma hora recolheu tweets que continham as palavras-chaves configuradas.

Para evitar ruídos, alguns dados foram retirados do *dataset*. Como se tratavam de grandes conjuntos de dados, a limpeza não pôde ser feita de modo manual. Neste caso, utilizou-se um editor textual, Notepad++, para identificar os dados com problemas.

Portanto, a análise dos dados presentes neste trabalho não foi unicamente baseado nas estruturas dos grafos. Foram igualmente realizadas por meio da análise qualitativa dos conteúdos e de ações contextuais, tais como a percepção de grupos e indivíduos envolvidos nas conversas, das possíveis ações ativistas dos vários nós (é o caso do Movimento #EleNão, no qual os atores estavam agrupados de modo a funcionar como um coletivo, o que gerou visibilidade ao movimento e seus eventos) etc. Entende-se, assim, que a análise não pode ser desconectada do contexto dos dados, devendo ainda ser levada em conta a importância do envolvimento do pesquisador tanto na coleta dos dados quanto no conhecimento do contexto em que os conteúdos foram produzidos.

Foram pensados ainda para facilitar o entendimento do trabalho, bem como de seu percurso de elaboração, um glossário e a disponibilização dos dados da pesquisa para consulta, os quais se encontram nos apêndices.

3.2.1 Cambridge Analytica e a questão dos dados pessoais

A proposta metodológica presente neste trabalho igualmente leva em consideração a coleta de dados oriundos de redes sociais digitais. Neste sentido, retoma-se a questão das mudanças nas APIs dessas plataformas. Em abril de 2015, o Facebook, visando sobretudo obter maior controle sobre os dados públicos e privados presentes em seu ambiente, realizou a primeira mudança em sua API, o que restringiu o acesso aos dados públicos do usuário. Oficialmente, mídia social afirmava que se tratava de proteção de dados dos usuários. No entanto, agências de publicidade e ferramentas de monitoramento de redes sociais foram avisadas que, caso desejassem o acesso a uma amostra destes dados, poderiam fazer isso através de compras diretamente com o Facebook.

Em 2018, o acesso aos dados ficou ainda mais limitado após o escândalo do Cambridge Analytica e as eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos. E este

foi o tema de um artigo ainda não publicado[9] de Venturini e Rogers (2019), intitulado *API-based research' or how can digital sociology and journalism studies learn from the Cambridge Analytica affair*, que versa sobre como as pesquisas com API podem ser feitas no futuro e a relevância do estabelecimento de uma prática de trabalho de campo mais diversa e sólida dentro do ambiente digital.

> Dentre outros motivos, as eleições presidenciais de 2016 serão lembradas pela revelação de que seu resultado pode ter sido afetado pela Cambridge Analytica, uma vergonhosa agência de marketing que ilegitimamente coletou dados de milhões de usuários do Facebook e os utilizou para a campanha de Donald Trump. O escândalo estimulou um vasto debate sobre a frouxidão da proteção de privacidade nas mídias sociais e forçou o Facebook a prometer uma redução drástica das informações disponibilizadas pela sua API. (VENTURINI; ROGERS, 2019, tradução nossa)

O conteúdo do artigo versa sobre as eleições de 2016 nos Estados Unidos, mas poder-se-ia traçar um paralelo com as eleições de 2018 no Brasil. Os autores dividem o artigo a partir de dois prismas, a saber. O primeiro deles refere-se aos resultados decorrentes do escândalo e seus impactos para pesquisadores e usuários. O outro prisma são considerações sobre as limitações metodológicas vigentes no que tange à pesquisa na Internet.

No artigo, as reflexões são feitas inicialmente a partir de duas declarações feitas por Zuckerberg em sua audiência junto aos senadores norte-americanos, as quais sinalizam duas questões relevantes. A primeira delas refere-se à ideia de que a "os dados produzidos a partir das mídias sociais são poderosos, mas neutros – extremamente úteis ou extremamente perigosos a depender de como serão utilizados" (VENTURINI; ROGERS, 2019, p. 2). A segunda é que para combater o uso indevido desses dados, Zuckerberg propõe manter os dados dentro das plataformas, como forma de eliminar ou diminuir o problema. Tendo como origem tais declarações, Venturini e Rogers (2019), questionam a estratégia do Facebook em atribuir a culpa do acesso e utilização dos dados à ferramenta Cambridge Analytica.

Neste intertítulo, a intenção não é resumir o artigo. Procura-se demonstrar a reconfiguração da coleta de dados e da pesquisa tendo em vista as mudanças dos algoritmos, dialogando com os autores.

---

[9] O presente artigo encontra-se na forma de preprint no blog de Tommaso Venturini para acesso. Disponível em: www.tommasoventurini.it. Acesso em 10 dez. 2018.

> Registros digitais vêm num nível muito mais fino de agregação do que demografia e questionários. Eles permitem não apenas calibrar categorias e opiniões, mas examinar interações palavra por palavra. Antes do advento da mediação digital, isso só era possível nas pequenas e situadas comunidades as quais pesquisadores podiam observar etnograficamente. Hoje em dia, uma investigação tão sensível quanto é possível para populações maiores, aumentando as possibilidades em tempo e espaço. (VENTURINI; ROGERS, 2019, p.4, tradução nossa)

De acordo com os autores, os pesquisadores que atuam na área de pesquisa da Internet acabaram beneficiando-se da quantidade de mídias sociais digitais e dos dados provenientes delas. Esses dados, inclusive, eram fáceis de serem coletados e analisados. Esta não é mais a realidade vigente, o que faz com que os pesquisadores tenham que revisitar suas abordagens e metodologias de pesquisa.

> Num frenesi consumista, nós estocamos dados como commodities produzidas em massa [...] A pesquisa com APIs é culpada (pelo menos em parte) por espalhar o hype dos dados de mídias sociais, reduzindo a diversidade de métodos digitais ao estudo de plataformas online, e por espalhar as ideias pré-concebidas de que o Facebook, o Google, o Twitter e seus semelhantes são os mestres do debate online, e não há alternativas a não ser viver sob as migalhas de suas APIs. (VENTURINI, ROGERS, p. 5, tradução nossa).

Para diminuir os impactos criados pela dependência das APIs, os autores indicam outras alternativas para a coleta de dados, como "*crawling*" e "*scraping*", bem como aumentar a participação ativa em sites para gerar registros válidos. Tratam-se de alternativas mais trabalhosas, porém válidas frente a esta nova realidade.

> [...] as restrições de APIs podem acabar sendo algo bom se encorajarem pesquisadores a voltarem ao trabalho de campo [...] reduzir nossa dependência em dados padrões das APIs não significa desistir do projeto de colher dados ricos de grandes populações, mas implica em investir nos esforços necessários para cultivar tais dados. (VENTURINI, ROGERS, p.6, tradução nossa)

É neste contexto que os três estudos de caso são analisados, uma vez que a coleta de dados no presente trabalho passou por todas as mudanças de API, não somente no Facebook, como também no Google, Twitter e Instagram.

3.2.2 Marco Civil da Internet

Movimentos sociais e participação popular permeiam o desenvolvimento das sociedades pós-modernas há séculos. No entanto, nas últimas décadas, a inclusão

digital aliada à mobilidade proporcionada pelos dispositivos móveis, bem como à propagação das mídias digitais, garantiu o ambiente propício para a emergência de redes cidadãs, as quais levaram ao questionamento de políticas públicas e econômicas vigentes, culminando, em alguns casos, em manifestações que saem do ambiente digital e vão para o ambiente off-line.

Foi o caso da composição da Lei 12.965 de 23 de abril de 2014, conhecida no Brasil como o Marco Civil da Internet. Trata-se de uma lei que estabelece os princípios, garantias, direitos e deveres dos usuários da Internet no país e foi construída de forma colaborativa entre o Governo Federal e a sociedade, por meio do uso do ambiente digital como uma plataforma de debate.

Embora já houvesse a discussão na sociedade brasileira, visto que a Internet surge oficialmente no país há 20 anos, o Governo Federal estabeleceu espaços específicos para que os principais pontos sobre o conteúdo do Marco Civil pudessem ser discutidos e analisados, a saber: a plataforma de Debate Público da Regulamentação do Marco Civil da Internet, do Ministério da Justiça, e a Plataforma Pública de Blog e Conversas “Cultura Digital”, do Ministério da Cultura. Ambas as plataformas serviram como ferramentas para a discussão democrática do projeto de lei até a sua aprovação.

Ao promover este tipo de debate, percebe-se uma transformação progressiva da mentalidade social vigente, uma vez que abre espaço para um novo protagonismo social, no qual embora haja interesses hegemônicos, há igualmente a presença de cidadãos que precisam expressar suas opiniões dentro e fora do ambiente online. No entanto, mesmo apresentando um cunho democrático bem definido, tais ações permanecem restritas a poucas pessoas, levando em consideração os entraves tecnológicos e de formação cidadã presentes no Brasil. Assim, essas estruturas apresentam-se de forma limitada, esboçando aspectos democráticos que embora encontrem um ambiente desterritorial (LÉVY, 1996) para serem disseminadas e discutidas, esbarram em gargalos sociais, culturais, econômicos, políticos e tecnológicos.

Assim, este estudo de caso tem como objetivo analisar a eficiência dessas plataformas como sistemas informacionais, de modo a verificar o fluxo informacional para a regulamentação da Lei 12.965, bem como compreender a presença (ou não) do e-cidadão neste processo.

Para que o projeto atendesse aos anseios das diversas partes envolvidas, sobretudo da sociedade, foram instituídas ferramentas oficiais de participação online. Entre as quais se destacam as plataformas de Debate Público da Regulamentação do Marco Civil da Internet, do Ministério da Justiça[10], e a Plataforma Pública de Blog e Conversas "Cultura Digital", do Ministério da Cultura[11]. Outra plataforma pública bastante pertinente e participativa era a da Câmara dos Deputados, denominada e-democracia[12]. Vale ressaltar que um ponto em comum e que facilita bastante a análise dessas plataformas é o fato de as três disponibilizarem os dados coletados durante a participação popular. Isso facilita a análise do fluxo informacional e a formação de clusters, aspectos importantes no conceito de ator-rede e da cartografia das controvérsias. No entanto, parte desta postura pode não ser considerada um simples ato democrático das instituições envolvidas, visto que tal postura pode ter visado apenas atender ao que é estabelecido na Lei 12.527/11, da Lei de Acesso à Informação.

A primeira a ser considerada é a "e-democracia". Nela é possível verificar o guia de discussão que norteou o Projeto de Lei, dividido em fases. A primeira delas envolveu sugestões ao Projeto de Lei, que poderiam ser feitas por meio de três ferramentas: Sugestões (em uma plataforma de linguagem Wiki denominada Wikilégis), Debate (fórum) e Biblioteca virtual. Além dessas três formas de participação direta, os usuários tinham a possibilidade de acompanhar o encaminhamento da comissão especial encarregada do projeto. Na segunda fase, conhecida como Harmonização do Projeto de Lei, houve a divulgação do parecer do relator da comissão especial e foi acrescida uma ferramenta de bate-papo às demais já estabelecidas. A terceira consistiu na divulgação de um relatório preliminar com o Projeto de Lei. Nesta fase, os participantes poderiam ter acesso ao relatório completo, por meio da biblioteca virtual, e igualmente ao resultado da participação social. A penúltima fase foi referente à apreciação do relatório final, ou seja, tinha-se acesso à versão final do relatório com o novo texto submetido após as considerações feitas no ambiente virtual e na comissão especial. A última etapa, apresentada digitalmente no

---

[10] Debate Público da Regulamentação do Marco Civil da Internet. Disponível em: <http://particicacao.mj.gov.br/marcocivil>. Acesso em: 01 fev. 2015.

[11] Plataforma Pública de Blog e Conversas "Cultura Digital". Disponível em: <http://culturadigital.br>. Acesso em: 01 fev. 2015.

[12] Debate público sobre o Marco Civil da Internet. Disponível em: <http://edemocracia.camara.gov.br/web/marco-civil-da-internet>. Acesso em: 01 fev. 2015.

dia 25 de julho de 2.012, consistiu na votação do Projeto de Lei. Aspectos relevantes sobre a plataforma é que ela possuía 16.295 membros. No entanto, nem todos participavam assiduamente. Ademais, justamente na fase final havia apenas 21 comentários sobre o assunto na plataforma.

Analisando-se a plataforma “Cultura Digital”, por sua vez, embora ela seja apresentada como importante na fomentação do debate sobre o Projeto de Lei, os números e as interações referentes a ela não condizem com afirmação. Na página específica do projeto do Marco Civil havia 273 membros e o fórum era composto por 12 tópicos. Dentre esses, o tópico que continha mais participação dos membros era um intitulado “Discussões gerais sobre direitos individuais e coletivos”, com 57 posts (comentários) e 16 vozes (participantes). Outro aspecto a ser considerado é a data de início das discussões presentes nos fóruns. A maior parte datava de cinco anos, época na qual o Ministério da Justiça estabeleceu as primeiras discussões dentro e fora do ambiente online sobre a regulamentação do acesso e uso da Internet. No entanto, no que tange à discussão a plataforma de Debate Público instituído pelo Ministério da Justiça, esta será elaborada mais adiante nesta análise.

As três plataformas colaboraram para a composição final da Lei 12.965, que entrou em vigor em 23 de abril de 2.014, definindo os principais parâmetros para uso da web, bem como os direitos e deveres dos usuários e dos provedores de serviços de conexão e aplicativos na Internet. Para tanto, ela considera principalmente quatro aspectos, a saber: neutralidade de rede, liberdade de expressão, privacidade e obrigações dos provedores.

Todavia, faltava ainda a regulamentação da lei, ocorrida em maio de 2015, a qual passou também por uma consulta pública. Tal consulta ocorreu na plataforma de Debate Público, estabelecida pelo Ministério da Justiça, e por meio dela pôde-se ter acesso a números mais relevantes sobre o Marco Civil. O debate viabilizado pela plataforma teve um número considerável de pautas válidas apresentadas por eixo. Foram 68 pautas sobre privacidade na rede, 70 sobre registros de acesso, 98 sobre neutralidade e 124 sobre outros temas e considerações. Somente entre 05 de fevereiro e 04 de maio de 2015, foram criadas 339 pautas e 1.109 comentários. Tais números indicam que, apenas de a lei ter sido aprovada, ainda havia muitas dúvidas e considerações sobre a sua regulamentação.

A plataforma ainda destaca as dez pautas mais comentadas, a saber: a privacidade e a segurança do usuário (33 comentários); a internet como fator de

inclusão (27 comentários); neutralidade na rede e os e-mails (26 comentários); classificação indicativa (27 comentários); Internet gratuita (wifi) em locais de grande concentração de pessoas (23 comentários); cálculo da tarifa baseado na quantidade de dados transmitidos/enviados (22 comentários); “acesso grátis” viola neutralidade, conforme fundamentos da decisão no Canadá sobre serviço de TV móvel (21 comentários); velocidades distintas de download e upload (21 comentários); guarda de registros (21 comentários); quem pode ser considerado provedor de acesso ou conexão (19 comentários).

No site da plataforma, foram 48.823 visitas únicas, 61.333 visitas totais e 192.706 pageviews. Nas mídias sociais, por sua vez, foram contabilizadas 1.511 curtidas no Facebook, 4.978 seguidores no Twitter, e 141 mil curtidas e 23 mil compartilhamentos no YouTube. No entanto, esses números tão relevantes nessas mídias não representam necessariamente a participação na plataforma ou na discussão da regulamentação da lei.

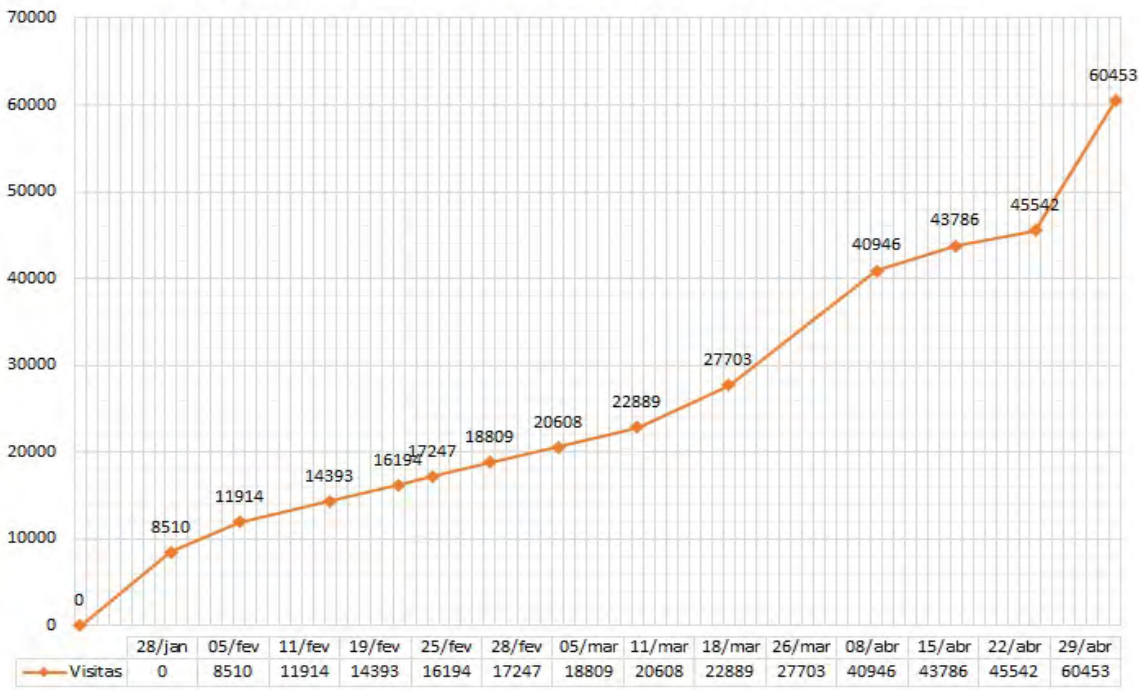
Tal afirmação pode ser considerada válida, se observarmos os números referentes aos acessos à plataforma nos três meses que antecederam a data final (31 de maio de 2.015) para a sistematização das opiniões enviadas pela plataforma para a elaboração de uma minuta do texto do decreto. Essas contribuições tiveram participação elevada nos dias em que antecederam o fechamento da plataforma para participação. Tais contribuições serviriam de subsídio para a versão final apresentada pelo Ministério da Justiça a ser encaminhada para deliberação da Presidência da República.

> Boa parte dos participantes preferiram contribuir nos dias imediatamente anteriores ao prazo final para participar. Houve, inclusive, um grande número de contribuições (o número total de contribuições dobrou) nos últimos dias de março devido ao fato que, inicialmente, o fim do debate online estava previsto para o dia 31 de março. Com a prorrogação do prazo final para o dia 30 de abril, vimos novamente um pico de contribuições de última hora: o número de comentários saltou de 780 para 1.131. (Cruz et al., 2015, p.8)

Essas constatações acerca da participação dos usuários fazem parte de um relatório apresentado pela Organização Não Governamental InternetLab, apresentado em agosto de 2015, que realizou uma análise quantitativa da participação para a regulamentação do Marco Civil da Internet. Neste mesmo relatório ainda é possível compreender o número de visitas à plataforma por data (figura 1) e o grau de

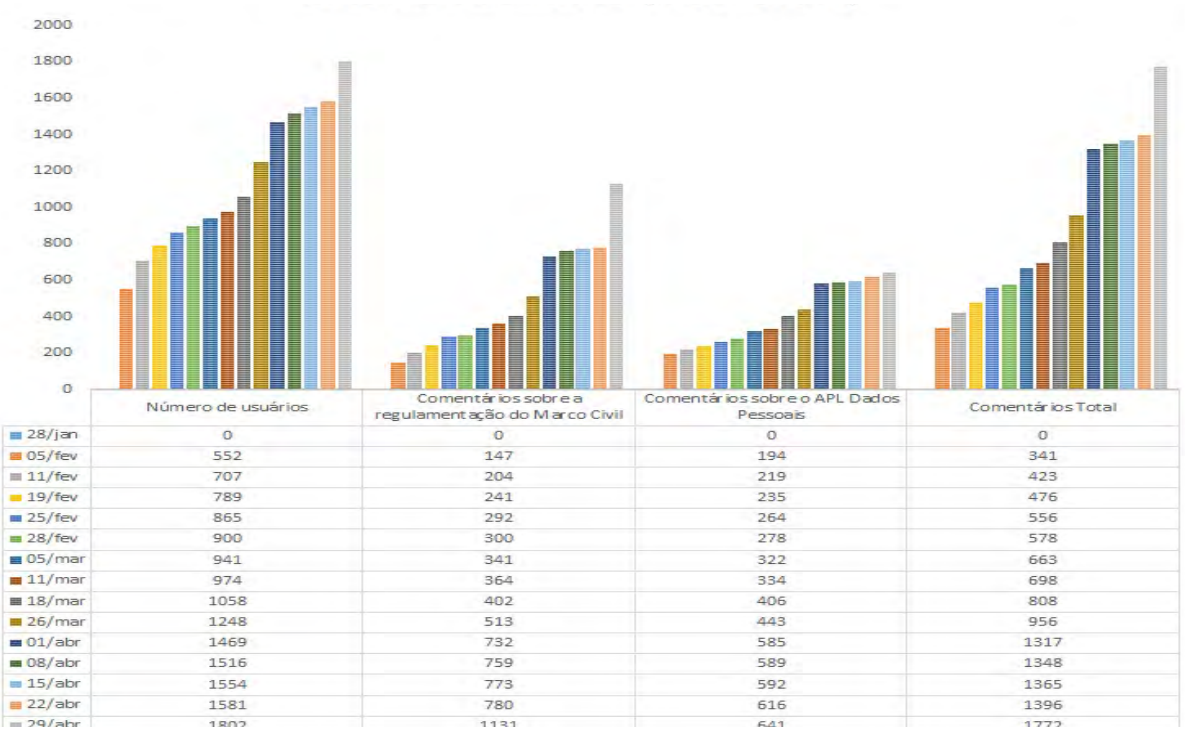
participação na plataforma referente à consulta pública por data (figura 2). Ambas podem ser conferidas a seguir.

Figura 2 – Número de visitas à plataforma de consulta pública do Ministério da Justiça



Fonte: (Cruz et al., 2015, p.50)

Figura 1 – Participação nas consultas públicas da regulamentação do marco civil e do APL de dados pessoais (por data)



	Número de usuários	Comentários sobre a regulamentação do Marco Civil	Comentários sobre o APL Dados Pessoais	Comentários Total
28/jan	0	0	0	0
05/fev	552	147	194	341
11/fev	707	204	219	423
19/fev	789	241	235	476
25/fev	865	292	264	556
28/fev	900	300	278	578
05/mar	941	341	322	663
11/mar	974	364	334	698
18/mar	1058	402	406	808
26/mar	1248	513	443	956
01/abr	1469	732	585	1317
08/abr	1516	759	589	1348
15/abr	1554	773	592	1365
22/abr	1581	780	616	1396
29/abr	1802	1131	641	1772

Fonte: (Cruz et al., 2015, p.50)

Em relação ao referido mês de maio, convém analisar o comportamento das principais mídias sociais utilizadas para a divulgação e fomentação do debate, a saber: Facebook e Twitter. De 1 a 31 de maio, foram feitas 13 publicações na página oficial do Marco Civil da Internet, as quais tiveram 149 curtidas, 48 compartilhamentos e cinco comentários. Dentre estas, 11 postagens eram relacionadas à lei, mas o conteúdo veiculado não era referente a um conteúdo original produzido pelo Ministério da Justiça. Isso significa que eles utilizavam matérias e eventos que remetiam à discussão proposta, mas o Ministério da Justiça apenas usava esses conteúdos como ganchos para os seus posts. Essas 11 postagens renderam 125 curtidas, 33 compartilhamentos e quatro comentários.

Um dos posts de elevada participação foi o do dia 11 de maio. Ele remetia a uma matéria que mencionava a sistematização das propostas feitas pelos usuários por meio de uma matéria veiculada pelo portal EBC, em 9 de maio. Na figura 3, é possível verificar que, apesar de o nível de click-ativismo e net-ativismo estarem acima da média apresentada ao longo do mês, o fato de o post possuir comentários não necessariamente remete a uma reflexão sobre o tema ou ainda a uma proposta para a participação mais incisiva dos usuários. Pelo contrário, em ambos os comentários, os quais foram feitos pelo mesmo internauta, é possível perceber que ele não havia participado dos debates, tampouco tinha conhecimento dos pontos de discussão propostos, tendo em vista o conteúdo presente em seu texto.

Figura 3 – Conteúdo presente na FanPage sobre o Marco Civil da Internet com elevado índice de engajamento.

Fonte: Autoria própria.

Ainda com relação ao Facebook, foram apenas dois posts com conteúdo proveniente da plataforma do Ministério da Justiça. Apesar do número relativamente diminuto, ambos os conteúdos contaram com efetiva participação dos usuários. Um deles, o publicado no dia 6 de maio, obteve 17 curtidas e 14 compartilhamentos, algo acima da média de engajamento apresentada durante o mês. No entanto, não houve qualquer comentário por parte dos usuários.

Já em relação ao Twitter, a outra mídia social analisada, foram feitos 18 tweets, sendo que destes 17 eram reverberações de conteúdo de terceiros – sobretudo de portais jornalísticos –, e um era remetendo a um conteúdo feito pelo Ministério da Justiça. Esses 18 tweets receberam um total de 48 retweets (ou seja, foram compartilhados por outros usuários) e 33 foram favoritados (o que significa um tipo de

validação por parte dos usuários). Frente aos quase cinco mil usuários que seguem a conta oficial sobre o assunto, esses números apenas reiteram o baixo índice de participação frente a lei, mesmo quando esta ainda requeria a participação da população para validar aspectos que permanecem abertos para discussão.

Tal afirmação pode ser inclusive validada por meio de um comunicado oficial do Ministério da Justiça feita na página oficial do Marco Civil da Internet no Facebook, o qual pode ser verificado por meio da figura 4. Por meio dele, o Mistério da Justiça esclarece que o decreto que visa regulamentar a Lei 12.965/14 permanece em discussão no Governo Federal e que, tendo em vista seu compromisso no que tange à participação social, teve início em setembro deste ano a segunda fase de debate público com a disponibilização de uma minuta do decreto. Esta postagem foi feita no dia 2 de setembro e possui 20 curtidas e dois compartilhamentos.

Figura 4 – Nota de esclarecimento do Ministério da Justiça para a segunda fase do debate público sobre a regulamentação do Marco Civil da Internet.

Marco Civil da Internet
2 de setembro às 15:09

NOTA DE ESCLARECIMENTO SOBRE O MARCO CIVIL DA INTERNET

O Ministério da Justiça esclarece que o decreto que regulamenta o Marco Civil permanece em discussão no âmbito do governo federal. Ressalta-se que, na atual etapa do debate, não foram tomadas decisões finais sobre os pontos abertos à regulamentação.

Neste sentido, a Secretaria de Assuntos Legislativos informa que, diante de seu papel de organizadora do debate público sobre a regulamentação do Marco Civil da Internet, não tratará nem se manifestará sobre práticas específicas de qualquer provedor de aplicação ou de conexão, reservando-se o papel de assegurar a ampla participação social no debate e a boa técnica legislativa da proposta a ser construída por meio deste importante instrumento democrático.

Tendo em vista seu compromisso com a ampla participação social, o Ministério anuncia que ainda no mês de setembro iniciará a segunda fase de debate público com uma minuta de decreto, em que todos terão a oportunidade de incidir sobre a proposta de decreto em construção.

Curtir Comentar Compartilhar

20 pessoas curtiram isso.

2 compartilhamentos

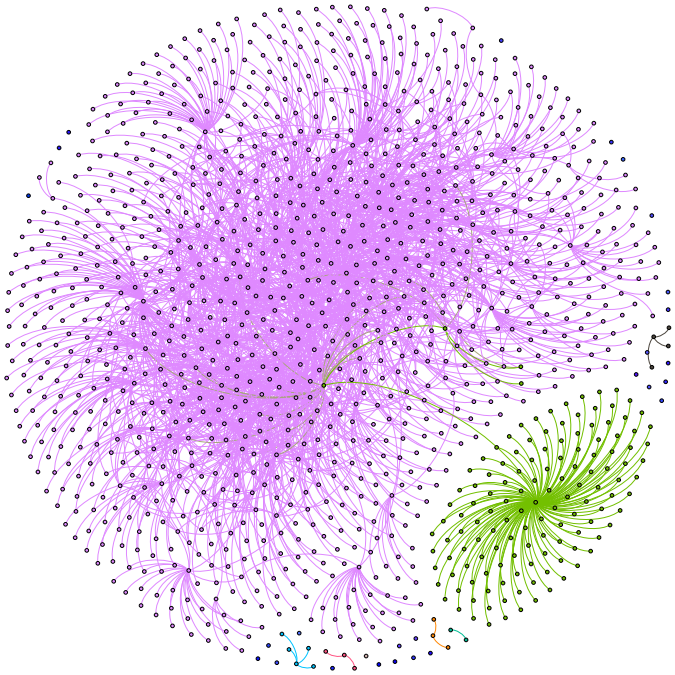
Fonte: Autoria própria.

Além da plataforma, o Ministério da Justiça preparou conteúdos para outras mídias sociais, como o Twitter e o Facebook. Na presente pesquisa será analisada apenas a rede social Facebook, por estar entre as cinco redes sociais mais utilizadas pelos brasileiros.

A coleta de dados foi feita a partir do aplicativo Netvizz. Trata-se de um aplicativo gratuito que captura dados de Fanpages, respeitando os princípios de proteção de dados do usuário (dados privados) de acordo com a nova API do Facebook, apresentada em abril de 2015. Como as discussões sobre a lei tiveram início em 2014, a intenção era comparar os anos de 2014, 2015 e 2016 em relação à participação dos usuários frente a um assunto de interesse público. Porém, o aplicativo não conseguiu capturar os dados referentes a 2014, uma vez que a conta ainda não estava ativa. Assim, optou-se por eliminar esse ano, e considerar os períodos de primeiro de janeiro a dezembro de 2015, bem como primeiro de janeiro a 20 de julho de 2016. Embora a data final para coleta de dados para este trabalho seja 20 de julho, o último post do Ministério da Justiça na Fanpage é de 12 de maio de 2016. Em 2015, o Netvizz extraiu dados de 284 posts, que geraram 940 linkagens e 2.645 comentários (considerando a reverberação dos conteúdos, ou seja, o alcance total dos posts). Em 2016, por sua vez, foram 70 posts analisados, que geraram 344 linkagens e 844 comentários.

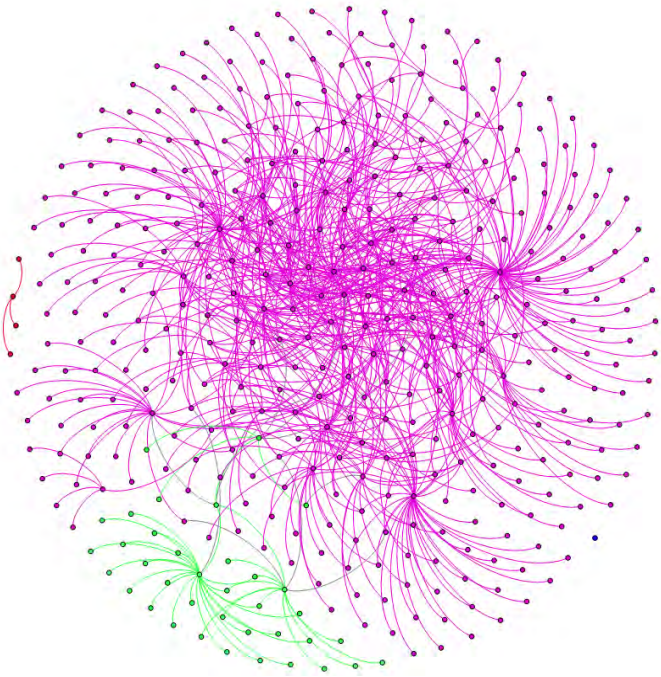
Para a análise dos dados coletados, foi selecionada a ferramenta gratuita Gephi, cujos grafos por meio dela produzidos ajudam a compreender melhor como a rede se comporta. As figuras 5 e 6 referem-se a esses grafos.

Figura 5 – Grafo obtido a partir dos dados coletados da Fanpage do Ministério da Justiça em 2015



Fonte: Autoria própria.

Figura 6 – Grafo obtido a partir dos dados coletados da Fanpage do Ministério da Justiça de janeiro a julho de 2016



Fonte: Autoria própria.

Os parâmetros utilizados para a produção dos grafos foram os seguintes: para dos dados obtidos em 2015, optou-se por um grafo não dirigido, com 1.224 nós e 2.570 arestas. Por ser uma rede densa e com muitos nós, foram incluídos atributos como modularidade, grau ponderado médio e densidade da rede, de modo a auxiliar na identificação de clusters e verificar a diversidade das relações, o que ajudaria na difusão das discussões apresentadas na rede e fora dela. Os mesmos parâmetros foram aplicados para os dados obtidos em 2016, também do tipo não dirigido, com 414 nós e 823 arestas.

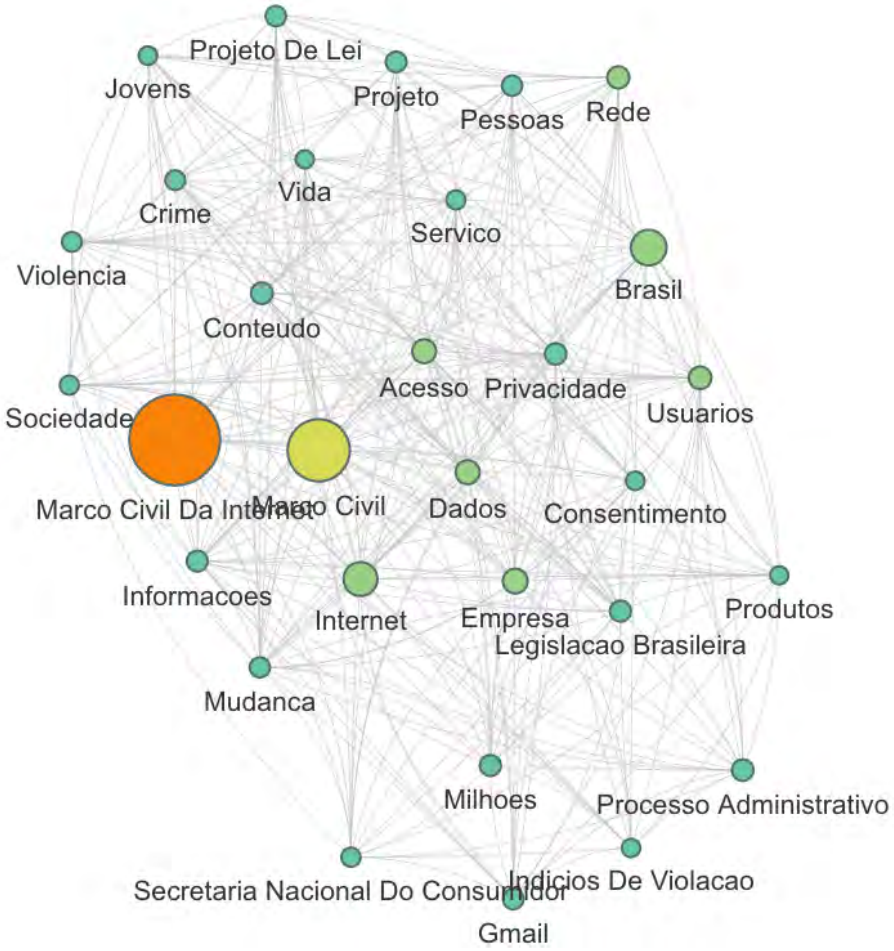
Esses mesmos parâmetros norteadores serviram de filtros para a análise da rede, não apenas no grafo em si, como também na encontrabilidade das informações em um recurso presente no Gephi denominado Laboratório de Dados. Em 2015, os nós da rede apresentavam grau ponderado médio que variava entre 0 a 134, sendo que mais da metade deles (51,55%) tinham grau ponderado médio 1, ou seja, a diversidade nas relações era baixa. O peso das arestas (que ia de 1 a 6 e também está representado na figura 1) indicou que mais de 60% das relações eram compostas por laços fracos, o que, neste caso, compromete a difusão das ideias a serem discutidas na plataforma. A taxa de engajamento no período variou de 0 a 181, sendo que a média era de uma participação para mais da metade (51,31%) dos nós que compunham a rede. O laço mais forte é verificado no cluster verde claro que aparece na figura 1, cujo peso da aresta é 6 e cujo nó apresentava o grau médio ponderado 134. Por meio da consulta ao Laboratório de Dados do Gephi, pode-se constatar que se tratava de uma menção feita pelo Ministério da Cultura em sua Fanpage ao Ministério da Justiça, referente a uma reunião entre os dois ministérios, ocorrida em 19 de março de 2015, na qual foram discutidas questões sobre o projeto Pró-Cultura, o Marco Civil da Internet, o Direito Autoral e a questão indígena.

Em 2016, a rede manteve os baixos índices de engajamento, grau ponderado médio e a maior presença de laços fracos. O grau ponderado médio variou de 0 a 74, sendo que 223 nós, dos 398 presentes na rede, apresentavam grau ponderado médio 1, destacando, mais uma vez, a baixa diversidade da rede. O peso das arestas foi outro indicativo da presença massiva de laços fracos; o peso variava entre 1 e 5, sendo que as arestas cujo peso era 1 representava 59,7% da rede. A taxa de engajamento também permaneceu baixa, variando entre 0 a 118, com as interações únicas prevalecendo em 53,14% dos casos. A aresta de maior peso e o nó mais representativo da rede foram identificados por meio da consulta à análise das

informações obtidas no Laboratório de Dados e visita à Fanpage. Referia-se a um vídeo compartilhado no dia 30 de janeiro de 2016 pelo Ministério da Justiça, cuja fonte original foi a página do Facebook da Fundação Getúlio Vargas, no qual era explicada a nova fase da regulamentação da lei. O vídeo em questão teve 35.074 visualizações.

Quatro anos após do início dos estudos sobre o tema (Marco Civil da Internet), percebe-se que o assunto ainda circula nas mídias sociais, como mostra do gráfico de termos relacionados, obtido por meio da plataforma Stilingue, que considerou 9.565 publicações de 10 de abril de 2018 a 10 de abril de 2019, sendo que destas publicações de mídias sociais (Facebook e Twitter), 232 foram realizadas em abril de 2019.

Figura 7 – Gráfico de termos relacionados dos dados coletados do Facebook e Twitter sobre o Marco Civil da Internet de abril de 2018 a abril de 2019



Fonte: Autoria própria.

Ressalta-se que o Marco Civil da Internet voltou ao debate público devido à Lei 13.709/2018 – a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPDP) – que regula as atividades de tratamento de dados pessoais e que alterou os artigos 7 e 16 da Lei 12.965/2014.

Wellman (1983) destaca que a forma estrutural afeta a maneira como os recursos circulam por meio de laços específicos. A escolha das plataformas – blog e rede social – para a discussão de uma lei tinham tudo para serem aceitas e bem utilizadas pelos usuários. No entanto, as constatações verificadas por meio da análise das redes em períodos diferentes mostraram que o conteúdo e a estratégia eram insuficientes para uma maior adesão à proposta pensada pelo Ministério. A quase inexistência de laços fortes dentro dessas redes também contribuiu para a baixa

diversidade de relações, interferindo diretamente na dinâmica de propagação de informações ou inovações. Mesmo porque tanto o apoio quanto a rejeição de uma ideia são provenientes de estímulos que o indivíduo obtém em sua rede de relacionamento (Kimura et al., 2011), o que não aconteceu nas plataformas ou nas redes sociais analisadas.

Portanto, o e-cidadão e o processo tecnopolítico foram constatados, em maior e menor grau, neste estudo de caso. Em menor grau no Facebook, segundo o We are Social (2019) um dos sites de redes sociais mais utilizados no Brasil, e em maior grau no Twitter, microblog que viabilizou grande parte da discussão online sobre o tema.

Uma das hipóteses para tal disparidade e abordagem sobre o assunto nessas mídias sociais é que o barateamento das tecnologias – sobretudo referentes aos dispositivos móveis – aliado à popularização do acesso à Internet não significaram uma inclusão digital de fato dos brasileiros, o que acaba refletindo em seu comportamento online. Isso porque, segundo Lévy (1996), a inclusão digital não consiste em fornecer tecnologia apenas. Ela deve ser fundamentada igualmente por meio de uma conscientização do que pode ser feito através dessa tecnologia, ou seja, como ela pode proporcionar mudanças efetivas na vida desses e-cidadãos e da sociedade como um todo – tanto no ambiente digital como no concreto. Tal hipótese pode ser comprovada por uma pesquisa divulgada em 2017 pela Mozilla, a qual revela que 55% da população brasileira acredita que a rede social Facebook é a Internet[13].

A pesquisa realizada para este estudo de caso evidenciou que tanto no ambiente online como no off-line busca-se a novidade, uma terceira via, uma mudança na cultura política no que tange à participação cidadã, mas que acaba por serem meras tentativas, limitadas pelo uso supérfluo das potencialidades proporcionadas pelo uso das TIC's e na manutenção de práticas e ideologias preconizadas pela mídia tradicional e pelo Governo Federal. As práticas tecnopolíticas ainda permanecem longe de serem praticadas, sendo muitas vezes fadadas a ações net-ativistas, permanecendo longe do objetivo de ampliar o espaço público de debate democrático. Sobretudo em sites de redes sociais populares, como o Facebook.

No Twitter, embora este estudo de caso não tenha se aprofundado na análise desta mídia, percebe-se que o debate foi mais profundo, com maior reverberação.

[13] The Internet Health Report. Disponível em: < https://internethealthreport.org/v01/>. Acesso em janeiro 2017.

Parte dessa constatação se deve ao contexto de cada site de rede social. O público do Facebook tem um perfil mais ameno, que gosta de conteúdos menos profundos, mais generalistas. Já o Twitter apresenta usuários com perfis mais questionadores e formadores de opinião. De qualquer forma, esse ambiente digital no Brasil refletiu o acúmulo de indignação que estava presente na web, com sinais de forte emoções desde 2011. O Marco Civil da Internet foi um dos reflexos dessas indignações.

Os perfis em sites de redes sociais tornaram-se tão naturais para os indivíduos que atualmente não é mais possível distinguir sua estrutura fragmentada e compartilhada do é visto nas ruas. Tem-se, assim, que as redes sociais presentes nesses sites são uma metáfora desse movimento, composto por vários pontos distribuídos, mas com coordenações. Portanto, esses movimentos que nascem desses aspectos tecnopolíticos apresentam uma relação intensa de produção e de emoção para a web.

Ademais, entende-se que a web oferece duas coisas: transparência embutida e uma democratização do acesso. E, embora estejam presentes no contexto dos três estudos de caso apresentados, poucos são os momentos em que essas manifestações conseguiram utilizar ambos.

Outra hipótese para tal comportamento é a falta de divulgação desses mecanismos estabelecidos de participação cidadã. Nos ambientes digitais analisados não havia qualquer indício de comunicação, de modo a fazer com que os usuários tivessem conhecimento do que estava acontecendo em relação ao Marco Civil da Internet. Ora, em um ambiente em que o excesso informacional é vigente, é fácil não ter acesso às informações e isto deve-se a vários motivos. O primeiro dele é que a era do conteúdo orgânico, facilmente acessível, está em franco declínio. Ferramentas de busca – como o Google – e redes sociais – como o Facebook – desenvolveram mecanismos que facilitam a formação de bolhas informacionais, as quais são definidas por meio do comportamento online dos usuários. Para tentar sair desse ciclo pré-definido pelos algoritmos, uma das alternativas é investir em conteúdos pagos, o que geralmente leva a bons resultados em termos de alcance e engajamento. No entanto, talvez por se tratar de um tema de interesse público, o Ministério da Justiça não investiu o suficiente na comunicação do projeto de participação popular, o que deixou o tema sem grande repercussão dentro e fora do ciberespaço.

Isso impactou diretamente em todas as etapas do presente trabalho que demandavam participação dos usuários. Mesmo porque era imperativa a participação nas contas oficiais do projeto para que as mudanças propostas fossem efetivadas, ou

seja, qualquer manifestação fora das plataformas e das contas oficiais não proporcionavam qualquer alteração no projeto ou na regulamentação da lei. Fato que pode ser comprovado, por exemplo, pela baixa participação dos usuários entre fevereiro e maio de 2016, período seguinte à fase de regulamentação, no qual apenas 336 assuntos foram apresentados e 1.109 comentários foram feitos no Facebook.

Percebe-se, dessa maneira, que tais plataformas, neste caso específico, nada mais foram do que espaços cibernéticos que se intitulam democráticos, mas que ainda possuem barreiras políticas e tecnológicas para desempenhar um papel de conscientização social, cultural e política, algo que talvez somente seja possível daqui alguns anos.

Nova pesquisa sobre o tema teve início em janeiro de 2017, por meio da plataforma Stilingue. Na primeira quinzena do referido mês, por exemplo, percebeu-se um pico de menções ao Marco Civil da Internet, tanto nas mídias sociais como em sites de notícias. Isso ocorreu devido ao pronunciamento do Ministro da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, Gilberto Kassab[14], sobre o estabelecimento de um limite de dados na Internet a partir do segundo semestre deste ano. O ministro recuou da decisão, mas os números mostram o quanto o Marco Civil da Internet voltou a ser pauta de discussão na esfera digital graças a este fato específico. Em 2 de janeiro de 2017, o assunto foi mencionado apenas 26 vezes. Já no dia 13, data do ocorrido, houve 271 menções ao assunto. Em 31 de janeiro de 2017, as menções caíram novamente, chegando a um total de 67.

Assim, mais uma hipótese pode ser levantada: a de que, no ambiente online, o contágio tecnologicamente estruturado é mais facilmente identificado em assuntos de interesse do público do que em assuntos sobre os quais o público tem interesse. No caso do Marco Civil da Internet, não houve interesse dos usuários em participar da elaboração e regulamentação da lei – a qual inclusive proíbe ações como as propostas pelo ministro e apoiadas pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) na limitação do uso de dados da Internet. No entanto, quando foi mencionada a possibilidade de essa ação ser colocada em prática, os usuários evocaram a referida lei, colocando o assunto em pauta.

---

[14] Disponível em: < http://epoca.globo.com/tecnologia/experiencias-digitais/noticia/2017/01/declaracoes-de-kassab-reacendem-revolta-contra-limite-de-banda- larga-fixa.html>. Acesso em 20 jan. 2017.

Portanto, percebe-se que o Marco Civil da Internet tinha todos os elementos para ser tecnopolítico, mas que o fato de ter pouca participação nas ruas o levou a ser apenas uma ação net-ativista.

3.2.3 A Parada do Orgulho LGBT

Em um mundo em que a desterritorialidade e a globalização estão presentes de modo evidente no cotidiano, conceitos como gênero, cidadania e pertencimento tornam-se mais complexos em termos de formulação. Muitos indivíduos – principalmente membros da comunidade LGBTQI+[15] – não se sentem representados pelos padrões e normas vigentes.

Esta não representatividade foi percebida em pesquisa realizada pela Google junto a usuários da mídia social YouTube[16]. Nela, foi constatada que 64% dos usuários entrevistados e que se identificavam como LGBT's comprariam mais de uma marca que inclui LGBT's em suas mensagens e anúncios. A mesma pesquisa mostrou que quatro em cada dez usuários LGBT's ainda não se sentem representados pelas marcas em seus anúncios. Ainda assim, para 60% dos respondentes as empresas estão se esforçando para melhorar a representatividade LGBT em seus anúncios.

Embora esteja bastante atrelada ao mercado publicitário e a marcas, tal pesquisa mostra o que grande parte dos LGBTQI+'s percebem em seu cotidiano ao irem a escolas, shoppings, restaurantes: eles não possuem representatividade. E este é o primeiro ponto que merece atenção neste estudo. Segundo Hall (1997a, p.15), a representação é "parte essencial do processo pelo qual o sentido é produzido e trocado entre membros de uma cultura [...] envolve o uso da linguagem, de signos e imagens que respondem por ou representam coisas".

É por meio da linguagem que os sentidos são produzidos e a representação ocorre. Porque, para o autor, a representação precisa que linguagens comuns existam para permitir a tradução dos conceitos em sons, palavras ou imagens, de maneira que eles sejam utilizados para expressar sentidos e comunicar ideias, pensamentos a outras pessoas. Ao desenvolver linguagens comuns, permite-se que haja o

---

[15] LGBTQI+ é uma sigla usada para designar Lésbicas, Gays, Trans, Queer, Intersexo. O + contempla outras questões como Assexuais/Arromântiques/Agênero, Pan/Poli etc.

[16] O'NEIL-HART, Celie. **Pride year round: The benefits of LGBT-inclusive messaging in online video advertising**. Junho, 2012. Disponível em: https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/lgbt-online-video-advertising-youtube/. Acesso em: 21 dez. 2017.

compartilhamento de sentidos, uma vez que ao se interpretar o mundo de maneira similar, “somos capazes de construir uma cultura compartilhada de significados e também construir o mundo social que habitamos juntos” (HALL, 1997b, p.18).

Woodward (2004, p.55) é outro autor que complementa tais conceitos ao afirmar que a identidade está intimamente ligada à subjetividade: “[...] Nós vivemos nossa subjetividade em um contexto social no qual a linguagem e a cultura dão significado à experiência que temos de nós mesmos e no qual nós adotamos uma identidade”.

A 22ª Parada do Orgulho LGBT de São Paulo reflete este contexto social em que a linguagem e a cultura significam a experiência. Realizado no dia três de junho de 2018 na capital paulista, o evento contou com 18 trios elétricos comandados por nomes como Anitta, Pabllo Vittar, Preta Gil, Mulher Pepita, Lia Clark, April Carrion e Fernanda Lima. De acordo com os organizadores (a ONG APOGLBT-SP - Associação da Parada do Orgulho de Gays, Lésbicas, Bissexuais e Transgêneros de São Paulo), três milhões de pessoas participaram da parada este ano. O mesmo número percebido em 2017.

Este ano o assunto principal do evento foi Eleições 2018, mostrando a importância do voto LGBTI+ para assegurar a representatividade. Assim, o tema definido foi “Poder para LGBTI+, Nosso Voto, Nossa Voz”. A ferramenta para coleta e análise das mídias digitais foi a Stilingue, cujo período de coleta analisado foi de 30 de maio a 01 de agosto de 2018. As mídias selecionadas para coleta e análise foram Blogs, Facebook, Instagram, Portais de Notícias e Twitter, o que gerou uma base total de dados de 68.119 publicações e um total de 36.942 usuários distintos, com um alcance potencial de 116.104.892 usuários.

Neste estudo de caso, a questão do gênero é analisada a partir dos conceitos de Butler (2017). Para ela, o ato de nomear um termo significa escolher certos requisitos em detrimento de outros, o que leva a graus diferentes de aceitação dos indivíduos. As palavras, sua construção e os objetos a que denominam são parte da estrutura social, estrutura que serve tanto para libertar os seres de suas repressões quanto para cerrá-los ainda mais nelas, pois a linguagem é o meio tradutor dos significados das vidas cotidianas.

Retomando o conceito de identidade/identificação dentro do contexto do gênero, tem-se algo ainda mais complexo. Retomando o conceito de identidade/identificação dentro do contexto do gênero, tem-se algo ainda mais

complexo. Isso porque a identidade de gênero é “algo um pouco mais complexo, porque remete à constituição do sentimento individual de identidade” (GROSSI, 1998, p.8). Ou seja, o sexo biológico não interfere no processo de identificação de gênero. Ora, se o gênero é uma categoria relacional que traz questões relativas à masculinidade e à feminilidade, a identidade de gênero dentro deste contexto abrange a identificação com tais atributos, não estando diretamente relacionada igualmente à sexualidade. E aqui encontra-se um dos maiores desafios dentro do conceito de gênero fluído. Porque, sobretudo no Ocidente, a questão do gênero está atrelada à da sexualidade, o que acarreta problemas uma vez que o senso comum entende esta relação como uma regra. (GROSSI, 1998, p. 4)

Butler (2004, p.10), assim, compreende a identidade de gênero como uma estrutura performativa, relacionada diretamente à experiência corpórea. “Embora os cientistas sociais se refiram ao gênero como um ‘fator’ ou ‘dimensão da análise’, ele também é aplicado a pessoas reais como uma ‘marca’ de diferença biológica, linguística e/ ou cultural” (BUTLER, 2003, p.28). Tal marca linguística surge a partir dos discursos, já que a diferença sexual é percebida por meio deles, mas não são eles que a causam.

Por isso, cabe aqui compreender um pouco sobre a teoria *queer*. Ao contrário da compreensão dos usuários de mídias sociais percebidas durante a análise dos conteúdos presentes no corpus de pesquisa do presente trabalho, o *queer* não é uma plataforma que defende a homossexualidade, mas sim significa uma recusa de valores morais violentos, os quais instituem e fazem valer a linha da abjeção, esta última que constitui uma fronteira entre os socialmente aceitos e aqueles que permanecem legados à humilhação e ao desprezo coletivo (MISKOLCI, 2013, p.25). Tal teoria, portanto, ultrapassa questões relativas à homossexualidade, abrangendo igualmente questões referentes a gênero e sexualidade. Butler (2000) aborda igualmente a relevância das teorias *queer* em seu trabalho explicado que elas abrangem indivíduos que não pertencem ao imperativo normativo da sociedade, de modo a contemplar aqueles que são excluídos do comportamento socialmente aceito, uma vez que essas regras criadas pela sociedade materializam exclusões. Dessa maneira, a teoria *queer* complementa “os estudos gays e lésbicos com sua perspectiva feminista e que lida com o conceito de gênero, e também sofistica o feminismo, ampliando seu alcance para além das mulheres” (MISKOLCI, 2013, p.32).

Referente à questão do gênero, Butler (2017) acredita que o uso e a aceitação do próprio conceito de sexo e sua denominação (macho e fêmea) delimita o ser humano e suas possibilidades. Para a autora, as divisões binárias do ser humano em gêneros e sexos acabam por funcionar como estrutura punitiva, especialmente àqueles marginalizados não enquadrados nos parâmetros essenciais de um sexo ou de outro, de um gênero ou outro. E é este paradoxo que mostra que a existência dos marginalizados reforça a identificação socialmente positiva dos “aceitos”.

Tal identificação positiva é retomada em outro trabalho de Butler (2006). Nele, a autora aborda a questão do gênero como forma de regulação social, ou seja, “aquilo que constrói regularidades, mas é também, seguindo Foucault, um modo de disciplina e vigilância das formas modernas de poder” (BUTLER, 2006, p.271). Dessa maneira, retomando Foucault, Butler remete às estruturas normativas que disciplinam os indivíduos, sendo o gênero uma dessas estruturas. Nesse contexto, os sujeitos que de alguma forma não estão inseridos dentro da norma social vigente, passam a estar fora dos limites de inteligibilidade social, passando para a posição de abjeções (BUTLER, 2003). Eles, portanto, uma vez que estão na posição de abjetos, passam a não existir e serem considerados indivíduos não inteligíveis e cuja materialidade do corpo pode ser ameaçada ao ser considerada “estranha” (BUTLER, 2003).

Ao compreender os conceitos relacionados à questão do gênero, identidade/identificação e pertencimento, pode-se verificar a seguir como eles estão presentes dentro do contexto digital, mais precisamente das mídias sociais.

Castells (2013) explica a questão dos movimentos sociais em rede, apresentando-os como uma nova espécie de movimento social, caracterizada pela ocupação do espaço urbano graças ao uso das tecnologias da comunicação, as quais permitem estender os sentimentos de indignação para romper o medo que paralisa os indivíduos e coordenar a ação coletiva. Tal ocupação do espaço urbano devido ao uso das tecnologias da comunicação configura um novo patamar dos movimentos sociais atuais. Trata-se de uma rede cidadã, na qual a democracia pode ser defendida, discutida, potencializada. Foi neste sentido que a Parada do Orgulho LGBT posicionou-se para atentar sobre a representatividade LGBT+ nas Eleições de 2018.

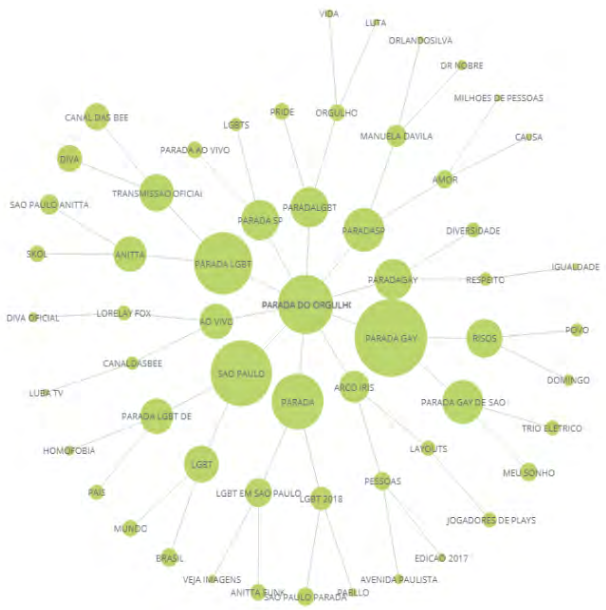
Ainda que nem todos os cidadãos brasileiros tenham acesso à Internet, ela tornou-se uma ferramenta relevante dentro do contexto de interações sociais e culturais. De acordo com Miskolci (2015, p.135), tanto as representações sociais quanto as tecnologias midiáticas estão intrinsicamente associadas dentro da

sociedade contemporânea. Assim, as mídias digitais, tais como websites, blogs e as mídias sociais, tornam-se tecnologias materiais e discursivas, culturais e políticas, as quais viabilizam o desenvolvimento de representações sociais. São essas representações que facilitam a produção de pontes de identificação, uma vez que por meio delas há um reconhecimento recíproco entre os usuários (CARVALHO, 2015). As mídias digitais, dessa maneira, funcionam como ferramentas que possibilitam a autoidentificação e a aceitação de pessoas LGBT+, bem como um lugar de visibilidade e produção de discursos que nem sempre são possíveis no ambiente off-line (SABATINE, 2015).

É a partir desse arcabouço teórico que foi analisada a Parada do Orgulho LGBT nas mídias sociais digitais a partir do ponto de vista das Eleições de 2018 e a representatividade LGBT+ neste contexto.

Embora o tema principal fosse as Eleições 2018, os usuários preferiram utilizar as mídias sociais para celebrar o evento e não militar a favor de uma causa. Assim, termos como orgulho, vida, respeito, *pride*, amor foram vistos com frequência nas publicações analisadas. A figura 8 mostra os temas correlacionados ao evento.

Figura 8 – Termos correlacionados ao evento nas mídias sociais



Fonte: Autoria própria.

Para uma melhor compreensão de certos eventos, não basta apenas uma definição sociodemográfica e espacial; é preciso haver também uma análise

qualitativa, uma vez que são esses veículos de comunicação, ao lado de outros vetores, que auxiliam na criação de vínculos entre os indivíduos.

No entanto, devido à questão da mobilidade e o barateamento (ou gratuidade) do acesso a conexões, os usuários também passaram a produzir conteúdo, acarretando em uma ruptura na exclusividade informacional, que por um longo período pertenceu aos meios de comunicação tradicionais. Assim, o que vemos hoje, de novidade, é que os sites de redes sociais potencializam a conexão entre os indivíduos, de maneira que eles formem seu próprio ecossistema comunicativo sem, para isso, ter de passar por qualquer mediação.

Para esta análise qualitativa foram escolhidas as mídias Instagram, Facebook e Twitter por terem sido as mídias mais utilizadas pelo público para o registro do evento (APÊNDICE C). Com relação ao tema central da Parada LGBT+, do total coletado e classificado, obteve-se 84 publicações, que levaram a 668.052 interações, envolvendo 62 pessoas e com um alcance potencial de 8.651.043 usuários. A representatividade de cada mídia social é mencionada a seguir: Instagram – 62% (52 publicações, Facebook – 20% (17 publicações) e Twitter – 15% (13 publicações). Os portais de notícia representaram 2% das publicações.

A base amostral heterogênea foi definida a partir da população total por meio da seguinte fórmula:

$$\frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1+\left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Onde: Tamanho da população = N | Margem de erro = e | Escore z = z (neste caso, z = 1,96).

Assim, a base amostral analisada possui 382 publicações, com um erro amostral de mais ou menos 5% e um nível de confiança de 95%.

Neste contexto, o uso de uma análise qualitativa vai ao encontro de um viés que valoriza não as generalizações ou padronizações, mas, pelo contrário, o que se pressupõe é justamente uma análise localizada em um tempo e em um espaço específico. Logo, por qualitativo também se entenda a ideia de que a análise e

contextualizada aos modos de produção, circulação e consumo das mensagens midiáticas (ou processos comunicacionais).

A primeira tendência percebida foi o impacto das fake news. A Parada do Orgulho LGBT é um evento que movimenta o turismo na cidade de São Paulo. No entanto, esta edição foi impactada negativamente devido à greve dos caminhoneiros, que ocorreu em todo o território nacional, entre 21 e 30 de maio de 2018.

Dois foram os reflexos diretos: o primeiro, a participação em si do evento. Como muitas pessoas vêm de fora da capital paulista, a falta de combustíveis e seu impacto em vários tipos de transporte influenciaram no número de participantes de fora da cidade. De acordo com a Prefeitura de São Paulo, em 2017, a taxa de ocupação dos hotéis nas regiões da Avenida Paulista e Centro de São Paulo foi de 90%; este ano, a taxa caiu para 50%. A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo constatou igualmente essa queda, registrando uma perda de R$ 109 milhões no faturamento do turismo no feriado em que ocorreu o evento[17].

O segundo ponto foi a própria circulação de fake news sobre o cancelamento da 22a edição do evento. Na ocasião, frente à indefinição de quanto tempo permaneceria a greve dos caminhoneiros, começaram a aparecer nas mídias sociais falsas notícias sobre o cancelamento do evento, o que levou a APOGLBT-SP a um posicionamento oficial[18] sobre a atual situação da parada.

As Eleições 2018 foram o tema central da Parada do Orgulho LGBT. Da base amostral analisada, 11,29% das publicações foram relacionadas de forma direta e indireta aos temas centrais do evento. O viés político esteve presente nas menções ao discurso de Mônica Benício, viúva de vereadora Marielle Franco (PSOL-RJ), assassinada no início deste ano, e também na roupa que Pabblo Vittar vestiu durante seu show e que mostrava manchetes sobre mortes de LGBT+ no Brasil.

Nas mídias sociais (Instagram, Facebook e Twitter), foram percebidas manifestações sobre pré-candidatos a cargos públicos (38,7%), menções à prisão do presidente Luiz Inácio Lula da Silva - Movimento Lula Livre (24,5%), bem como conteúdos de protesto ao posicionamento do PSTU e PSOL frente a presença de

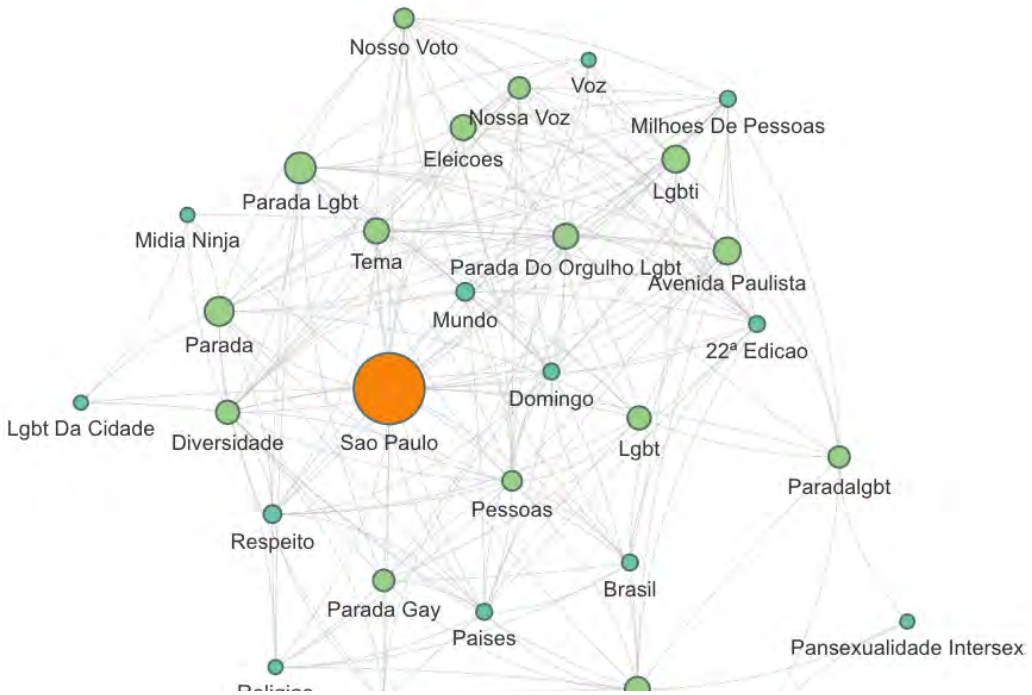
---

[17] SANTOS, Bruno. No sufoco, Parada Gay de SP traz olhar sobre voto consciente e inclusão. Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/06/no-sufoco-parada-gay-de-sp-traz-olhar-sobre-voto-consciente-e-inclusao.shtml>. Acesso em: 20 jun. 2018.

[18] APOGLBT-SP. Comunicado Importante: Vai ter Parada do Orgulho LGBT em São Paulo Sim. Repassem. Disponível em: <http://paradasp.org.br/comunicado-importante-vai-ter-parada-do-orgulho-lgbt-em-sao-paulo-sim-repassem/>. Acesso em: 20 jun. 2018.

Israel na Parada (23,3%). Os 13,3% restantes foram atribuídos aos direitos LGBT's, que incluíam representação política e direitos humanos. As figuras 9 e 10 apresentam os termos relacionados às mídias sociais e Eleições 2018, bem como um recorte desses termos, respectivamente.

Figura 9 – Termos correlacionados ao tema central do evento nas mídias sociais



Fonte: Autoria própria.

Figura 10 – Termos correlacionados ao tema central do evento, de acordo com a mídia social mais utilizada - Instagram

Fonte Autoria própria.

No entanto, a análise qualitativa apontou que embora esse fosse o tema central do evento, outros dois temas tiveram maior reverberação e nortearam as publicações: moda e beleza. Registrar por meio de *selfies* e imagens as roupas e as maquiagens utilizadas foram um recurso de registro para 26,40% dos usuários, sem distinção. Isso significa que, tanto influenciadores, quanto usuários comuns fizeram questão de mostrar como estavam vestidos na Parada LGBT 2018. Outro ponto de destaque é que as referências aos costumes, vestimentas, acessórios e às maquiagens aparecem sempre nas imagens. Raramente aparecem como textos nos conteúdos produzidos, principalmente considerando o Instagram. Assim, as imagens veiculadas e analisadas na base amostral já destacada anteriormente coletada a partir do Twitter e do Instagram, em sua maioria, não condizem com os textos a elas associados. As imagens exaltam moda e beleza, e os textos consideram questões como amor (17,45%), orgulho (12,30%), respeito (11,19%) e diversidade, inclusive religiosa (9,17%).

Uma das hipóteses para tal posicionamento e até mesmo essa diferença entre as palavras e imagens é que estas optam por questões estéticas e de beleza como uma maneira de se contraporem às questões de estigma e violência, buscando reforçar, assim, uma imagem mais positiva e empoderada dentro do universo LGBT+.

Ainda que a base amostral analisada contenha mais mensagens positivas do que negativas, foram percebidas nos dados coletados. Dentro da base amostral, foram consideradas mensagens negativas, aquelas que continham apologia à violência, discurso de ódio, extremismo político ou religioso, e humor pejorativo e/ou preconceituoso, sendo que o percentual deste tipo de mensagem foi de 4,97%. Apesar da baixa representatividade, ela ainda é um indicativo de que há um caminho a ser percorrido em termos de respeito e inclusão dentro de uma sociedade patriarcal e majoritariamente cis gênero.

Vale destacar que, no Brasil, as mídias digitais geralmente são usadas como um lugar de acolhimento e compreensão (MISKOLCI, 2013, p.20). Isso porque os LGBTQI+ apropriam-se das mídias digitais para socializarem, gerando redes de sociabilidades seletivas, as quais se baseiam em interesses comuns e escolha das pessoas com as quais querem se relacionar.

Sabatine (2015, p.113) vai ao encontro dessa mesma percepção ao identificar que a comunicação dentro do ambiente digital permite que os indivíduos tornem públicas as suas narrativas, bem como valores éticos e estéticos. Ainda segundo

Sabatine (2015, p.123), este novo posicionamento comunicacional pode ser percebido por meio da profusão de discursos políticos presentes em diferentes mídias digitais e perpetuados por meio de comentários, vídeos, compartilhamento de conteúdos, os quais proporcionam novas interpretações e disputam um lugar com os discursos hegemônicos. Tais discursos, portanto, humanizam a questão dos abjetos trazendo à tona experiências, dores, sentimentos, além de preocupações diversas, bem como trazem denúncias e desenvolvem conexões a partir de um contexto político e ético.

Para Leite Jr, talvez um dos grupos sociais que atualmente mais causem repulsa, medo e ódio seja o das pessoas que transitam entre os gêneros e/ou sexo (LEITE JR., 2011, p. 559) – isto é, pessoas transexuais. Nesse contexto, essas pessoas trans, desprovidas de referentes positivos na vida cotidiana, buscam nas mídias digitais representações que sirvam de fonte de identificação para a sua experiência. A figura 11 mostra bem este posicionamento.

Figura 11 - Indivíduo contesta participante da Parada do Orgulho LGBT 2018 em São Paulo

Fonte: Autoria própria.

O estudo de caso mostrou que as mídias sociais são plataformas válidas para a abordagem de conceitos que ainda não são bem compreendidos pela sociedade, como é a questão do orgulho LGBT+. Embora a Constituição Brasileira de 1988 defina o Brasil como um Estado laico, as questões religiosas acabam por interferir e disseminar entendimentos parciais do que se entende por *queergender*.

Ademais, o tema principal da Parada 2018 passou despercebido por grande parte dos usuários, não emplacando nas hashtags mais utilizadas (#votelgbt). Ainda assim, a ocorrência do evento em meio a fake news e logo após uma greve que afetou a economia e a política brasileira não deixou de ter uma manifestação política, cultural e social, reiterando a importância de eventos como a Parada do Orgulho LGBT.

A Parada do Orgulho LGBT consolida-se a cada ano como um dos maiores eventos de apoio e conscientização da causa no mundo, competindo[19] com a Marcha do Orgulho de New York. Trata-se de uma manifestação cultural, política e social que conscientiza e inclui, transpassando o ambiente físico e permeando o ambiente online. No entanto, a temática LGBT+ não está restrita ao evento.

De acordo com o Dossiê BrandLab - A busca pela diversidade no Brasil[20], elaborado pelo Google e divulgado em novembro de 2017, houve um crescimento médio de visualizações de 260% nos últimos seis meses sobre o tema LGBT+. Somente no que tange ao termo transgênero, houve um aumento de 123% em suas buscas entre 2016 e 2017. No Estado de São Paulo, as buscas pelo termo LGBT+ foram 30% maiores que a média nacional em 2016.

Esse dossiê elaborado pela Google, portanto, revelou que as pessoas querem saber mais. Já a análise qualitativa mostrou que usuários, influenciadores e marcas estão utilizando cada vez mais as mídias sociais para se posicionar quanto a esta questão e que, embora ainda haja discurso de ódio nas mídias sociais, no que tange a este evento específico, ele é menos relevante que outras questões apontadas, como diversidade, amor, orgulho e representatividade.

Ainda que esses números apontem para um interesse por parte dos usuários com relação ao tema LGBT+, as Eleições 2018 passaram despercebidas dentro das mídias sociais, principalmente quando consideramos os dados coletados e analisados. O evento em si é um ato político e de resistência dentro da heteronormatividade vigente na sociedade brasileira. Portanto, embora o tema central não tenha reverberado como poderia ou como era esperado, as menções ocorreram, mesmo que permeadas por assuntos como moda e beleza. Ademais, por se tratar de

---

[19] MARTINELLI, Andréia. 21 Fotos da Parada que mostram a resistência e celebram o orgulho de ser LGBT. Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/2018/06/03/o-direito-de-existir-e-o-direito-ao-voto-as-imagens-da-22a-parada-do-orgulho-lgbt-de-sao-paulo_a_23449761/>. Acesso em: 20 jun. 2018.

[20] GOOGLE. Dossiê BrandLab – A busca por diversidade no Brasil. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/dossie-brandlab-diversidade/>. Acesso em 20 jun. 2018.

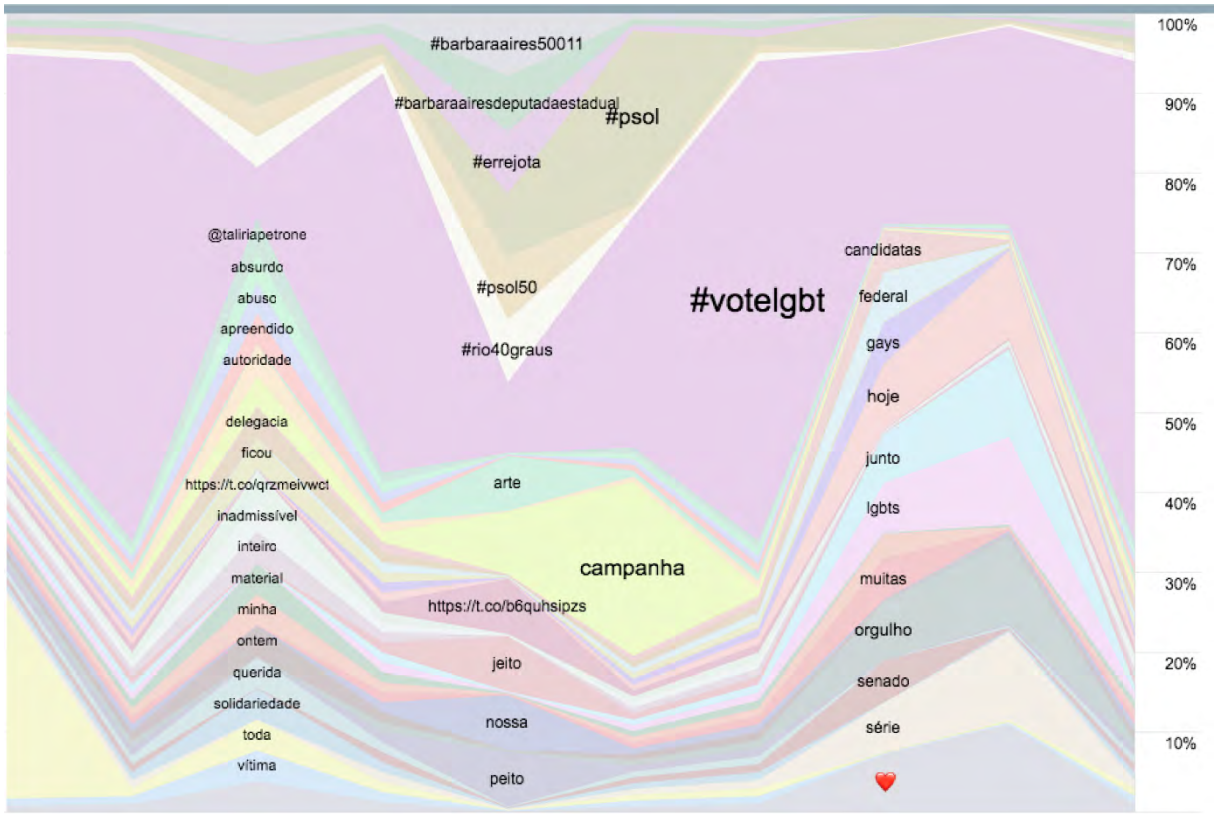
um evento que foi apoiado, divulgado e organizado com a ajuda de plataformas digitais, pode ser caracterizado como tecnopolítico.

O contraponto, todavia, vem na análise dos resultados das Eleições em 2018 no que tange à diversidade e representatividade LGBT+. De acordo com a ONG Aliança Nacional, as eleições de 2018 tiveram um total de 160 candidatos LGBT+, um aumento de 386% frente às eleições de 2016. Entre os eleitos estão os deputados estaduais Erica Malunguinho (PSOL-SP), Erika Hilton (PSOL-SP), Fábio Felix (PSOL-DF), Isa Penna (PSOL-SP), Leci Brandão (PC do B-SP) e Robeyoncé Lima (PSOL-PE); deputado federal Jean Wyllis (PSOL-SP) e o senador Fabiano Contarato (REDE-ES).

Uma das hipóteses é que embora a Parada do Orgulho LGBT possa ser caracterizada como um evento tecnopolítico, ela apresenta junto aos usuários mais uma festa a um ato político em si. A dimensão da parada, que traz milhões de pessoas para as ruas da capital paulista, é maior que a proposta de conscientização política e de lugar de fala da comunidade LGBT+ neste caso, ficando em um segundo plano.

Todavia, a discussão não cessou após o evento de São Paulo. Ela foi retomada na 23 Parada do Orgulho LGBTI ocorrida na cidade do Rio de Janeiro, no dia 30 de setembro de 2018. Assim como em São Paulo, os organizadores optaram por manter a mesma linha de discussão, com o tema: “Vote em ideias, não em pessoas”. A diferença é que, conforme aproximava-se o mês do primeiro turno das eleições brasileiras (outubro de 2018), maior era o interesse sobre o tema Vote LGBT. A figura 9 apresenta a análise da hashtag #VoteLGBT, no período de 22 de agosto de 2018 a 25 de dezembro de 2018. A coleta de dados foi feita por meio da plataforma Netlytic e a rede social selecionada foi o Twitter. No total, foram coletados e analisados 88 tweets.

Figura 12 – Gráfico sobre o interesse da hashtag #VoteLGBT durante o tempo (22/08 a 25/12/2019), com a ferramenta Netlytic



Fonte: Autoria própria.

Embora o termo #VoteLGBT não tenha apresentado a ampla aderência nas mídias sociais, é necessário entender sua relevância dentro de uma campanha maior e mais antiga, para verificar seu impacto dentro do movimento #EleNão.

3.2.3.1 Vote LGBT

A escolha para a análise da hashtag #VoteLGBT surgiu não somente como decorrência do tema central da Parada LGBT+ de São Paulo, como também em decorrência de um projeto com o mesmo nome. Trata-se de um coletivo que teve início em 2014, ano da penúltima eleição presidencial, cujo objetivo é aumentar a representatividade LGBTQI+ na política institucional brasileira. Para tanto, a cada eleição o coletivo realiza campanhas específicas, com dois objetivos principais: dar visibilidade a candidaturas pró-LGBT; incentivar as pessoas, LGBT+ ou não, a incluírem demandas de respeito às diversidades sexual e de gênero nos critérios de escolha do seu candidato. Em seu website, destaca-se ainda que além do trabalho

nas eleições, o coletivo realiza pesquisas[21] nas principais manifestações da comunidade LGBTQI+, de modo a fazer um perfilamento do público.

Tal postura, a de envolver-se no assunto político apenas durante os períodos eleitorais, no entanto, leva a uma produção mais baixa (quando não inexistente) da produção e compartilhamento de conteúdos, o que pode levar a um baixo engajamento dos usuários em outros períodos. É o caso da fanpage do coletivo[22], que possui 34.377 curtidas e 34.548 seguidores. Foram coletados os dados referentes à página desde o início das postagens (02 de setembro de 2014) até 01 de julho de 2018. Apesar de o período analisado não compreender o período eleitoral de 2018, a coleta de dados foi assim realizada tendo em vista as mudanças na API anunciadas pelo Facebook e a sua restrição de coleta junto ao aplicativo Netvizz, utilizado para tal objetivo. O quadro 1 analisa a produção de conteúdo e ativação da página no período mencionado.

Quadro 1 – Publicações realizadas na fanpage #VoteLGBT

Ano	Quantidade de posts	Likes (publicações)	Reações (publicações)	Comentários	Compartilha-mentos
2014	140	22.968	-	1.165	5.615
2015	0	0	-	0	0
2016	90	18.486	23.651	3.650	16.040
2017	71	2.826	14.270	480	1.674
2018	41	1.352	2.092	194	1.149

Fonte: Autoria própria.

A postura de ativar a página somente em períodos eleitorais, no entanto, ficou restrita a 2015. A partir de 2016, ano eleitoral, o coletivo aumentou a produção de conteúdos referentes a assuntos políticos e temas correlacionados à comunidade LGBT+, principalmente no que tange a seus direitos. Ainda assim, considerado o período da Parada do Orgulho LGBT de São Paulo, não foi percebido um maior engajamento quanto ao tema Eleições 2018 na página.

[21] Pesquisas sobre o perfilamento do público LGBTQI+ realizadas pelo coletivo #VoteLGBT. Disponível em: < https://www.votelgbt.org/relatorios>. Acesso em 02. Abr. 2019

[22] Disponível em: https://facebook.com/votelgbt. Acesso em: 02. Abr. 2019

3.2.4 Movimento #EleNão

As eleições presidenciais de 2018 no Brasil foram marcadas por um intenso movimento tecnopolítico, que envolveu todas as “minorias” (mulheres, negros, LGBT+), mas foi inicialmente liderada pelas mulheres. Tal movimentação teve início ainda em setembro de 2018. As pesquisas de intenção de votos mostravam ascensão contínua do então candidato à Presidência da República, Jair Bolsonaro (PSL). Tal crescimento foi intensificado após dois fatores: o atentado à vida ao candidato em Juiz de Fora (MG) em seis de setembro de 2016[23] e a candidatura negada do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) também no início do referido mês[24]. Tendo em vista comentários misóginos e polêmicos do candidato do PSL, algumas mulheres criaram um grupo no Facebook intitulado “Mulheres unidas contra Bolsonaro”.

O grupo ganhou repercussão na mídia, atingindo a marca de 1 milhão de membros, e foi alvo de hackers no dia 16 de setembro de 2018[25]. O movimento, então, adquire mais força e apoio de outras minorias, o que culmina no evento “Mulheres contra Bolsonaro”, marcado para 29 de setembro de 2018.

Dados levantados pela imprensa apontaram para manifestações em ao menos 18 capitais e 65 cidades brasileiras[26]. Ademais, o movimento foi igualmente percebido em outras 63 cidades fora do país, como Cidade do Cabo (África do Sul), Berlim (Alemanha), Buenos Aires (Argentina) e Londres (Inglaterra). Os atos em apoio ao candidato, por sua vez, foram percebidos em 27 cidades brasileiras. A figura 10 apresenta os termos relacionados aos movimentos #EleNão e #EleSim, elaborados a partir da análise de 86.491 publicações coletadas por meio da ferramenta Stilingue das mídias sociais Instagram, Twitter, Facebook e YouTube, entre 01 de setembro de 2018 a 31 de janeiro de 2019.

---

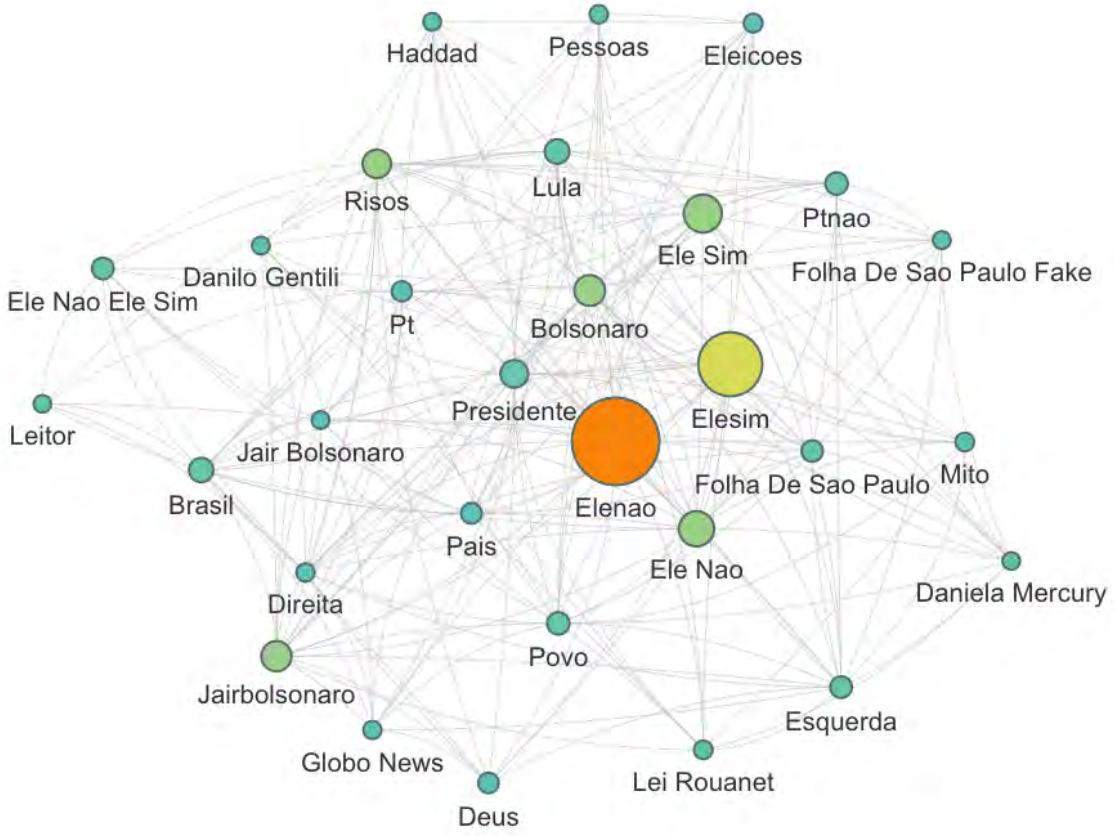
[23] Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/01/27/cronologia-atentado-contra-jair-bolsonaro.ghtml>. Acesso em 4 abr. 2019

[24] Disponível em: < https://g1.globo.com/politica/blog/cristiana-lobo/post/2018/09/10/pt-lanca-chapa-haddad-manuela-nesta-terca-ultimo-dia-de-prazo.ghtml>. Acesso em 4 abr. 2019

[25] Disponível em: < https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/14/politica/1536941007_569454.html>. Acesso em: 4 abr. 2019

[26] Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537989018_413729.html>. Acesso em: 4 abr. 2019.

Figura 13 – Termos correlacionados referentes aos movimentos #EleNão e #EleSim a partir de dados coletados e analisados pela plataforma Stilingue



Fonte: Autoria própria.

SCOTT (1992) atenta sobre a demanda que ainda hoje há sobre a composição da história das mulheres, a contribuição das mesmas para a construção da sociedade e a necessidade de junção da história dos homens e das mulheres. “A integração presumia não somente que as mulheres poderiam ser acomodadas nas histórias estabelecidas, mas que sua presença era requerida para corrigir essa história”[27].

Ainda nesse mesmo artigo, Scott destaca:

[27] SCOTT, Joan. *História das Mulheres*. In. BURKE, Peter. *A Escrita da história: novas perspectivas.* (org) São Paulo: Editora UNESP, 1992. p. 85.

> O movimento das mulheres (anos 70) pressupôs a existência das mulheres como uma categoria social separada, definível, cujos membros necessitam apenas ser mobilizados (ao invés de se ver uma coleção de pessoas biologicamente similares, cuja identidade estava em processo de ser criada pelo movimento). A história das mulheres confirmou assim a realidade da categoria "mulheres", sua existência anterior ao movimento contemporâneo, suas necessidades inerentes, seus interesses e suas características, dando-lhe uma história. (SCOTT, 1992, p. 83-84)

Os movimentos sociais que esboçaram seus primeiros passos desde o século XVIII sempre reivindicaram os Direitos Civis das mulheres, mostrando que o seu papel na sociedade ia além do de uma boa esposa, mãe, filha. Ela tinha desejos, sonhos; almejava espaços em que pudesse mostrar a sua utilidade. Esse ser humano queria votar, lutar, falar e, até porque não citar, gozar sem represálias.

A conquista desse espaço na sociedade foi acontecendo aos poucos e de maneira gradativa. Não conta(va) com o apoio de todas as mulheres e ainda sofria críticas de ambos os lados (homens-mulheres). Ações isoladas que ecoam desde o século XVIII, com textos e ideias como os de Mary Wollstonecraft, Simone de Beauvoir (1967, 1970) e Carmem da Silva, ajudam a fundamentar movimentos como os das décadas de 1960 e 1970, no Brasil e no mundo. A mulher passa a um outro patamar, adquirindo consciência do seu papel e enfrentando preconceitos.

> Ocorre a profissionalização nas esferas intelectuais, aparece a executiva super eficiente para competir com os homens. São mulheres visíveis e valorizadas pela cultura paterna, quase homens de saias, não se sentem oprimidas, inconscientemente abdicam da vida pessoal ou adiam para o futuro a realização afetiva, constroem aliança com privilégios masculinos. É tida pelos homens como uma mulher que pensa como homem, esta seria uma forma de valorizá-la. (BOLEEN, 1994, p.57)

No entanto, estes movimentos feministas adquirem uma nova abordagem ao se apropriar do ciberespaço. Tem-se, assim, o ciberfeminismo, onde a disputa de poder é feita por meio da resistência e na diversidade. Seus atores atuam em múltiplas frentes, são rápidas, organizam-se em redes descentralizadas. Isso faz com que os locais de disputa se tornem todos os lugares em que houver opressão, sejam eles físicos ou virtuais.

Dessa maneira, percebe-se que a tecnologia pode ser utilizada ora para estender, ora para concentrar, ora para continuar os movimentos. Por isso, faz-se necessário compreender como movimentos oriundos de interações online apontam para uma variedade de reverberações, sejam eles nos espaços virtuais como nos

reais, de modo a verificar-se o social sob a ótica de uma configuração complexa e dinâmica. O movimento #EleNão mostra-se, neste contexto, como a consolidação de estratégias feministas de espaços de interação, troca e debates.

> Suas imagens não são produtos da escapatória ou da transcendência de limites, isto é, visões de cima, mas sim a junção de visões parciais e de vozes vacilantes numa posição coletiva de sujeito que promete uma visão de meios de corporificação finita continuada, de viver dentro de limites e contradições, isto é, visões desde algum lugar. (HARAWAY, 1995, p. 34)

De acordo com Haraway (1995), o conhecimento, para ser produzido e disseminado, precisa ir para além dos padrões eurocêntricos, considerando questões subjetivas, sociais e políticas para que os pesquisadores compreendam seu objeto. A supracitada pesquisa sobre diversidade do Google (Dossiê BrandLab – Diversidade, 2017) apontou para um despertar do usuário brasileiro no que tange à diversidade. Sobre o feminismo – principalmente o feminismo negro – percebe-se essa mesma tendência, com mulheres feministas ocupando espaços físicos e virtuais. Trata-se do que alguns teóricos e determinados movimentos denominam de terceira onda do feminismo, caracterizada por indivíduos mais conectados devido às novas tecnologias e ao acesso à Internet, bem como por sua capacidade de ação em diferentes espaços da vida cotidiana. Estabelece-se, dessa maneira, novos paradigmas para o feminismo, trazendo visibilidade a questões muitas vezes ignoradas ou suplantadas. ou os fazem emergir novamente à superfície da visibilidade.

Considerando esse contexto, em um primeiro momento, na década de 1990, o ciberfeminismo procura atuar em duas frentes complementares: criar uma rede de mulheres ativistas no ambiente digital; inserir um novo espaço de atuação e ocupação do feminismo. E, embora o ciberespaço já fizesse parte de sua realidade, os membros ainda se valiam de estruturas de educação e reuniões presenciais, bem como o surgimento de diferentes coletivos, em países como Canadá, Estados Unidos. Na América Latina, isso torna-se uma realidade a partir dos anos 2000.

Uma segunda onda do (ciber)feminismo é percebida a partir do início da segunda metade do século XX. Foi ela que desenvolveu as bases para o estabelecimento de uma sólida teoria feminista com autoras feministas, tais como Carole Pateman e Nancy Fraser, trazendo para o debate uma revisão da literatura científica do mundo ocidental e propondo pesquisas de bases de opressão das mulheres. É nessa segunda onda que se percebe uma necessidade de ocupar todos

os lugares politicamente, inclusive o campo do conhecimento, de uma maneira mais evidente. Assim, considerando-se como uma corrente intelectual, este feminismo alia a militância pela igualdade de gênero à investigação no que tange às causas e aos mecanismos de reprodução de dominação, sobretudo masculina. (MIGUEL, BIROLI, 2013, p. 7)

É nesse movimento de gerar estudos e conhecimento que igualmente se observa a capacidade de ação com diferentes estratégias e em diversas frentes, o que torna esta onda do feminismo atuante em instâncias públicas, governamentais, sindicais ou culturais. Tal diversidade igualmente faz com que o feminismo se divida (ou ramifique-se) em variados posicionamentos políticos, considerando diferentes conceitos sobre quem é a mulher enquanto sujeito político, bem como suas funções (sejam elas revolucionárias ou conservadoras).

Aqui cabe um paralelo à dualidade encontrada no movimento #EleNão, que encontrou também entre mulheres aquelas que não concordavam que o então candidato do PSL era misógino e preconceituoso, apoiando e disseminando o movimento #EleSim. Percebe-se, assim, que feminismo inicialmente era uma maneira de lutar contra uma causa específica, uma alternativa ativista de combate e questionamento da sociedade patriarcal. Todavia, em décadas ele consolida-se como movimento social, sendo permeado pelo fluxo de relações existentes na sociedade, considerando o enfrentamento de (quase) todo tipo de dominação, e propondo não apenas ações como espaços de reflexão em diversos campos da existência humana. O resultado são organizações de mulheres – que vão além das denominadas feministas – sobretudo rizomáticas, que beneficiando-se da capacidade de criar redes interdisciplinares, de networking (WELLS, 2005).

Ao considerar tais aspectos, evidencia-se que eles são pontos estratégicos do movimento feminista e que precisam ser ocupados, ou seja, os campos do conhecimento, da educação, espaços estes de disputa tanto política quanto de poder. Neste sentido Haraway (1995) dialoga com Scott (1992) ao questionar a ciência androcêntrica, desenvolvida por homens brancos e europeus. Assim, a apropriação do conhecimento (sem deixar de considerar a tecnologia e a política) é extremamente relevante para o movimento feminista, de modo a dar visibilidade para suas pautas e desenvolver conhecimentos a partir de uma capacidade emancipatória e em rede.

No feminismo, a questão do público e privado apresenta um caráter mais complexo do que os autores (homens) lhes conferiram ao conceituar a sociedade

burguesa e suas limitações. Nela estão inseridas questões de desigualdade, as quais são subjugadas por vezes. Assim, define-se de maneira breve o espaço privado como sendo o espectro do feminino, ou seja, calmo, reservado e fora do alcance público. Já o espaço público, por sua vez, é o espectro masculino, o lugar das decisões dos homens.

De acordo com a organização liberal e burguesa do social, tais tomadas de decisão social permanecem reservadas, assim como em qualquer sistema político, aos homens, ou seja, os indivíduos que têm capacidade de decisão. Percebe-se que as mulheres não são consideradas indivíduos, uma vez que não lhes são aplicadas as leis liberais de igualdade e liberdade, já que são desiguais em termos de força e capacidade, tal qual “um subordinado natural não pode ser, ao mesmo tempo, livre e igual”. E é por isso que “as mulheres (esposas) são excluídas da condição de “indivíduos” e, portanto, de participar do mundo público da igualdade, do consentimento e das convenções” (PATEMAN, 2013). Ou seja, contrapontos entre a perspectiva feminista e liberal.

Considerando o modelo de produção capitalista, essa não inclusão como indivíduo significa igualmente uma subalternidade na exploração do trabalho, uma vez que não existe nada mais subalterno que um ser humano que não possua relevância política, não tendo capacidade de decisão individual e pública. Essa dicotomia liberal das esferas pública e privada cerceia o acesso de mulheres (bem como de outras minorias sociais) ao âmbito político e, como consequência, à esfera pública, aqui retomando as considerações de Habermas (2003) como sendo o lugar de discussão e debate de atores por meio de fluxos informacionais e comunicacionais. É neste espaço privado, um ambiente por excelência isolado da vida política, que estão preservadas as relações de poder e de autoridade, as quais limitam a autonomia das mulheres (BIROLI; MIGUEL, 2013).

Em muitos dos países ocidentais, a primeira onda feminista apresentou como principal pauta levantada por mulheres (sobretudo as de classes altas) foi o direito ao voto. No entanto, em suas reuniões, outras mulheres igualmente traziam outras discussões, como leis que poderiam regular o trabalho feminino nas fábricas e em áreas de trabalho feminizadas, como o atendimento em restaurantes e secretárias, o que mostrava um recorte de classe. As estratégias para atingir o espaço público que lhes era negado iam desde as greves e os até a organização sindical e o lobby. E elas foram decisivas para o avanço e estabelecimento de leis que protegessem as

mulheres e lhes promovessem uma evolução dentro da sociedade para o patamar de indivíduos. Na segunda onda, por sua vez, nota-se que a discussão surge não somente da opressão presente no espaço público como igualmente daquela que permeia o próprio ambiente privado. Isso porque essas mulheres não se sentiam reconhecidas como seres humanos tanto no seio de suas casas e como fora delas, participando de processos institucionalizados como o casamento – do qual passava da tutela do pai para o marido –, e a educação. Assim, com a politização do espaço privado, tem-se o conhecimento de um ambiente nocivo e violento, dotado de processos que demandam a reconfiguração dos espaços a partir de reivindicações sociais, as quais pedem pelo reconhecimento de assimetrias sociais e especificidades de grupos determinados (neste caso o feminista), de modo a obter tanto a igualdade quanto a participação democrática da esfera pública (FRASER, 2006).

Para além desta constatação do privado como sendo um lugar de violência, surge ainda a demanda racial, caracterizada pela introdução dos movimentos de feministas negras, sobretudo nos Estados Unidos, que apresenta um olhar contestador frente aos homens e mulheres brancas, bem como perante os homens negros. Percebe-se, dessa maneira, que os movimentos de mulheres ganham ramificações, sendo acompanhados por processos históricos e ressignificações, as quais impactaram suas ações e ampliaram sua rede comunicacional de modo a reverberar inclusive na esfera pública.

Isso significa que se inicialmente tais divisões entre o espaço privado e o público eram bem delimitados e norteavam a conduta social, a partir da segunda onda do feminismo eles adquiriram limites menos visíveis e fluídos. Parte desta transposição se deve ao ambiente virtual, desterritorializado, que estabelece (e proporciona) fluxos contínuos de comunicação e conhecimento, típicas de um ambiente em rede. Formam-se conexões em rede entre os atores, as quais são mediadas e agenciadas por meio de apropriações culturais, tecnológicas, políticas e sociais, as quais estabelecem discursos, diálogos e novas possibilidades de ocupação de espaços antes negados, formando diferentes redes informacionais.

Ademais, estabelece-se a uma comunicação instantânea e globalizada, que ajuda a formar territórios por meio da configuração de redes, as quais podem até mesmo serem anteriores a alguns componentes materiais fundamentais, tais como os condutos. Neste contexto, dotados de extensa carga material e imaterial, apropria-se do ambiente virtual e desterritorializado para se criar processos de territorialização

próprios, ou seja, em redes, formando ambientes descontínuos, fragmentados, superpostos, e que são distintos dos processos que ocorreram na modernidade clássica. (HAESBAERT, 2011, p. 281). Neste sentido, não há a perda de territórios; há outros processos contínuos de movimentos a partir de novas instâncias de comunicação e de reconfiguração do social. Mesmo porque esse movimento de configurar e territorializar/desterritorializar a Internet perpassa o lugar de controle e criação de conhecimento, sendo este permeado pela questão do indivíduo e seu relacionamento com o cotidiano, o conhecimento e a política. Trata-se, portanto, de um ambiente que mescla aspectos do espaço público e privado, dialogando com o que Almeida (2012), apropriando-se de Habermas, aponta como ciberesferas públicas.

Tem-se, assim, um espaço de divisões difusas, estabelecidas pela tecnocracia e permeadas por mudanças, onde há uma liberdade cerceada, uma democracia não plena, uma vez que permanece não sendo na prática para todos os indivíduos. Ainda que com limitações, todavia, tem-se no ambiente virtual um território dotado de diferentes formas de manifestação cultural e política organizadas em rede, que trazem para um mesmo (ciber)espaço o local, o regional e o global. Essas mesmas redes que ficam mais densas a partir de suas ramificações e agendas. Neste contexto, o ciberfeminismo distribui-se em coletivos, os quais estão espalhados pelo mundo e que permitem que mulheres discutam estratégias e eficácias de ação a partir dos territórios que almejam conquistar.

Segundo Wilding (1997), o denominado ciberfeminismo não está presente somente no ambiente virtual; ele se estabelece também por meio de outros territórios, como a própria cultura high tech, a qual considera a produção de tecnologias pensadas e manipuladas por/para homens, bem como inclui as ações políticas necessárias para o movimento feminista. E este contexto não pode, não deve ser esquecido. Observar as questões de classe, raça e sexualidade dentro do movimento feminista é um ponto relevante ao se analisar a territorialização a partir de uma perspectiva temporal. Na década de 1990, em que se tem as primeiras (e principais) movimentações de mulheres organizadas no ciberespaço, tem-se lideranças pertencentes aos países mais desenvolvidos, nos quais o acesso à Internet era mais fácil, rápido e de modo coletivo, mas ainda restrito a poucos, bem diferente da realidade dos países em desenvolvimento.

São esses aspectos que ajudam a compreender o porquê de o ciberfeminismo ter adquirido notoriedade, bem como espaço, nos países da América Latina somente na década seguinte, a partir do processo de digitalização do cotidiano e barateamento das tecnologias e acesso ao ambiente virtual. Nas palavras de Wilding (1997), isso gera impactos no movimento feminista,

> [...] já que as mulheres que encontraram seu caminho para os ciberterritórios são geralmente aquelas que têm vantagens econômicas e culturais em outros territórios. Estas vantagens são concedidas através da posição de classe, com os seus laços íntimos com a posição cultural e raça. Como este grupo ajuda a abrir as fronteiras a outros grupos desprotegidos, deve-se perguntar: que tipo de ideologia e estrutura aguardarão os recém-chegados? (WILDING, 1997, s/p., em tradução nossa)

No século XXI, a partir do momento em que os países em desenvolvimento se conectam cada vez mais à rede mundial de computadores, proporciona-se uma rede com maior densidade, o que leva o ciberfeminismo a processos de reconfiguração, mas mantêm uma perspectiva ramificada e revolucionária, com lugares de fala mais plurais e melhor definidos. Neste sentido compreende-se o movimento #EleNão; uma tomada maior de consciência e de poder tecnopolítico que se intensificou a partir de movimentos como Occupy Wall Street, Primavera Árabe ou os movimentos presentes no Brasil (Vem pra rua), os quais foram organizados no ambiente virtual e ganharam as ruas.

Com o movimento #EleNão, muitas mulheres que pensavam que o feminismo estava em crise – considerando tanto a dificuldade de renovação de seus quadros como a falta de ações culturais a partir de suas pautas –, viram a mudança do feminismo no Brasil em um movimento de massas, por meio da relevância das plataformas digitais de comunicação na difusão de suas ideias. Assim, se na década de 1980 tem-se no país um discurso hegemônico do feminismo singular, abordando pautas como a especificidade da mulher e sua relativa autonomia frente a outras lutas sociais, atualmente o espaço público do feminismo refuta tal ideia de modo a ter uma visão mais diversificada, considerando aspectos como gênero, classe, raça, etnia, orientação sexual, deficiência e até mesmo religião. Tamanha pluralidade e complexidade pôde ser percebida, não somente neste estudo de caso, como ainda no estudo de caso referente à Parada do Orgulho LGBT presente neste trabalho.

Tem-se, dessa maneira, que o feminismo deve se apropriar das formas de posicionamento contra as opressões existentes na sociedade, uma vez que não há uma experiência única capaz de organizar a luta política a partir do campo político do feminismo contemporâneo. O contexto apresentado para este estudo de caso parte de uma perspectiva teórica e de política de gênero a qual permite questionar a própria ideia de uma mulher branca, com corpos naturais (ou seja, sem plásticas, bonitas por natureza), tida como um padrão no Brasil. Isso porque, segundo Vieira e Gomes (2018), tal conceito colabora não somente para alienar as diversas expressões de gênero na sociedade, como ainda reforça a noção de uma mulher biologicamente definida. A pluralidade do movimento #EleNão e das diferentes minorias que o apoiaram perpassaram as desigualdades e diversidades que tornam invisíveis muitos dos mecanismos sociais utilizados para produzir e sustentar as desigualdades de gênero. Ademais, ajudou a evidenciar a própria diversidade do feminismo brasileiro, o qual não mais abrange de maneira confortável os horizontes e experiências de várias mulheres.

Como exemplo, têm-se as mulheres indígenas, as quais permanecem sendo vistas como não indivíduos, sem acesso à maioria das políticas públicas para mulheres, sendo invisíveis como parte das estatísticas sobre violência. Segundo Oliveira e Benites (2018), as mulheres indígenas deparam-se com desafio duplo: o de lutar como mulheres que são e também como membros de suas comunidades, de modo a defender seu território e sua cultura.

Assim, se em um primeiro momento o movimento feminista brasileiro traz questões como violência doméstica, a luta por delegacias especializadas, os direitos da mulher, campanhas na Constituinte, em seu estado atual tem-se um feminismo apoiado em formas de formas de organização autônoma e horizontal, rechaçando à mediação e ao surgimento de lideranças, ressaltando a relevância do corpo e de sua performance como repertórios de protesto, no que seria caracterizada como uma quarta onda do feminismo nacional (Bogado e Costa, 2018).

Para estas autoras, as múltiplas posições identitárias das ativistas ajudam a compor os movimentos tecnopolíticos, de modo a considerar o uso das redes sociais como um marcador essencial para o ativismo do século XXI. Isso porque é nesse ambiente virtual que as experiências individuais, a diversidade de estilos de vida bem como das narrativas em si, destacam uma nova forma de fazer política, a qual diminui as fronteiras entre os espaços público e privado. Tais maneiras de agir, sentir e pensar

ocorrem em sociedade e suas ações políticas acontecem, por sua vez, no interior de disputas e estruturas de oportunidades. Trata-se de um processo de produção de identidades ativado por campo heterogêneo, reflexo de disputas de poder e de lutas por reconhecimento. Por isso, o ciberespaço torna-se, assim, um ambiente onde os indivíduos e os grupos estabelecem táticas, formas de identificação e de delimitação de fronteiras políticas, as quais são fluidas e provisórias. Portanto, tal aspecto aparentemente espontâneo das manifestações de rua, as quais são organizadas, divulgadas e convocadas por meio de plataformas digitais, não deve ignorar a relevância do ativismo não virtual, provenientes de instituições que fornecem o apoio e a infraestrutura, bem como os encontros físicos que favorecem as mobilizações (GOMES e SORJ, 2014).

Ademais, outro aspecto deve ser considerado. Esta quarta onda fez com que diversas lideranças feministas dela oriundas se apresentassem como candidatas na disputa por cargos eleitorais. Uma demonstração clara da fluidez entre dicotomias (autonomia/institucionalização; horizontalidade/verticalidade). Tais candidaturas de feministas caracterizam o que Sorj (2018) denomina de “reencantamento da política”, ou seja, uma forma de (re)ocupar espaços de poder e reivindicar direitos para o Estado.

Durante o movimento #EleNão percebeu-se uma expressão da escala e da pluralidade do feminismo contemporâneo no país. Rechaçou-se um candidato a um nível de protesto tão aberto que conseguiu mobilizar interesses diversos. Ao mesmo tempo, apresentou-se um pleito marcado pela relevância das mídias sociais e da eficácia de campanhas virtuais, as quais trouxeram questionamento em torno dos aspectos gênero e feminismo.

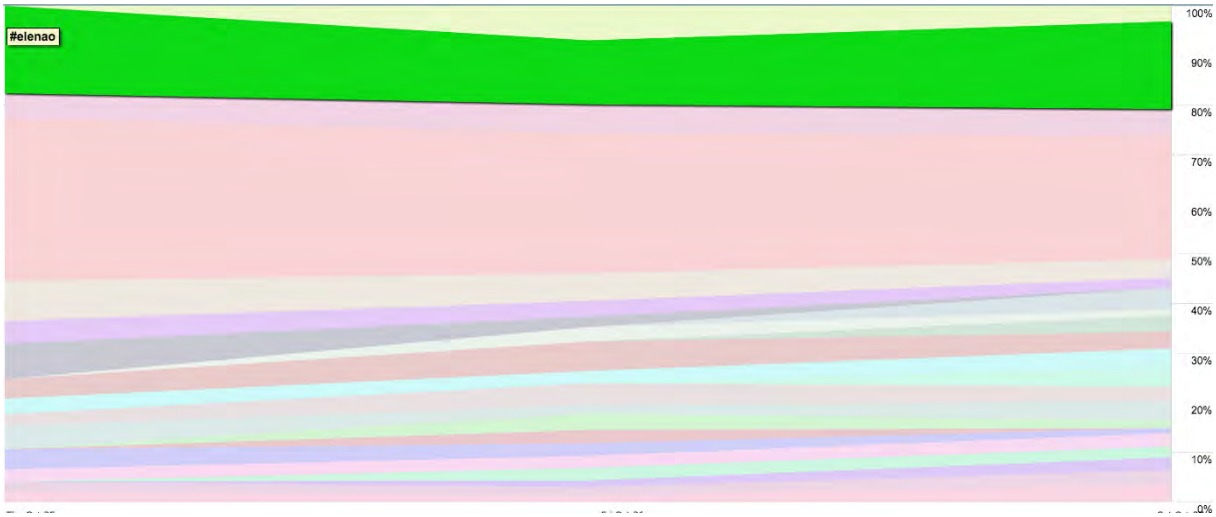
Para este estudo de caso foi utilizada a plataforma Netlytic para a coleta de dados e elaboração dos grafos. A rede social analisada foi o Twitter, no período de 15 de setembro a 25 de setembro de 2018, e os dados foram coletados a partir da hashtag #EleNão, resultando em uma base de dados de 326.164 tweets. Neste mesmo período foram coletados dados sobre temas correlatos, como a hashtag #EleSim (total: 68.052 tweets); e os termos “Mulheres com Bolsonaro” (total: 7.199 tweets); “Mulheres contra Bolsonaro” (total: 2.487 tweets); “LGBT com Bolsonaro” (total: 32 tweets); “LGBT contra Bolsonaro” (total: 37 tweets).

Referente à hashtag #EleNão, a plataforma Netlytic tem um limite de 100.000 dados para cada busca referente ao Twitter. Dessa maneira, a pesquisa com a

hashtag resultou em quatro bancos de dados: de 15 de setembro a 27 de outubro de 2018 (total: 100.000 tweets); de 28 a 29 de outubro (total: 99.740); de 30 de outubro a 02 de dezembro (total: 99.006); e de 02 a 12 de dezembro (total: 27.418).

A primeira base de dados coincide com a campanha eleitoral e a véspera do primeiro turno. Entre os termos e hashtags mais associadas ao tema pesquisado estão em ordem de recorrência: #brasilvirahaddad; #elenao; #elenunca; #elenão; #haddad13; #haddadsim; #horadavirada; alunos; Bolsonaro; Brasil; contra; democracia; direito; ditadura; fascismo; voto. A figura 14 mostra a proporção dentro da base de dados desses termos associados à hashtag estabelecida (de cima para baixo).

Figura 14 – Recorrência de termos associados à hashtag pesquisada, de cima para baixo: #brasilvirahaddad; #elenao; #elenunca; #elenão; #haddad13; #haddadsim; #horadavirada; alunos; Bolsonaro; Brasil; contra; democracia; direito; ditadura; fascismo; voto.

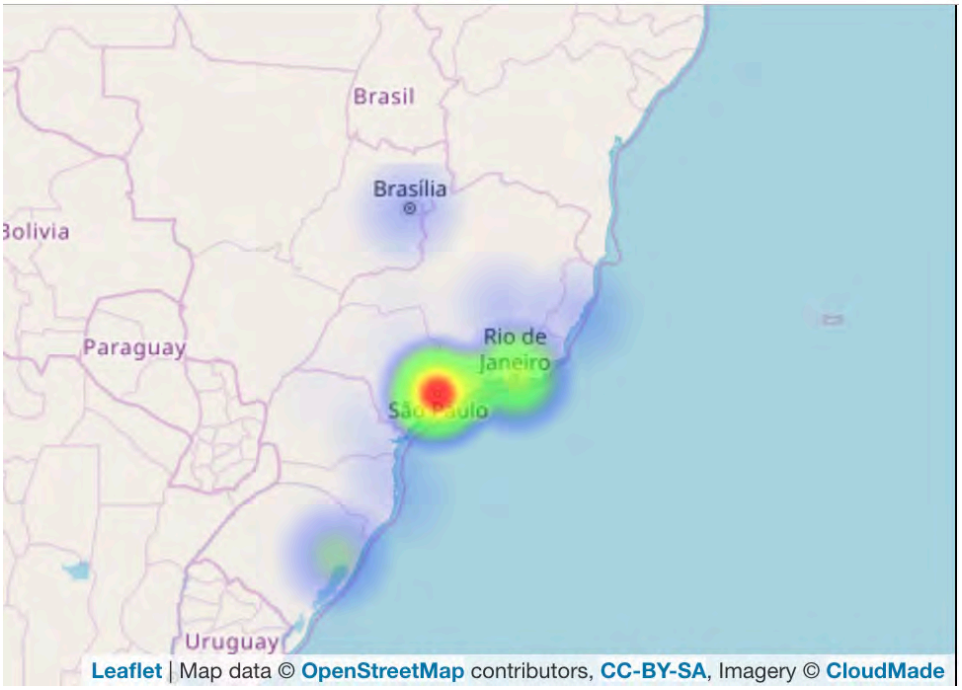


Fonte: Autoria própria.

A geolocalização quase não foi utilizada nesta primeira parte da base de dados, sendo identificada apenas em 518 tweets. Ainda assim, ela entra em sinergia com o que foi veiculado pela mídia tradicional, que apresentou um movimento amplo, de repercussão nacional e internacional. No Brasil, destaca-se São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco e Santa Catarina. Foram constatados tweets provenientes dos Estados

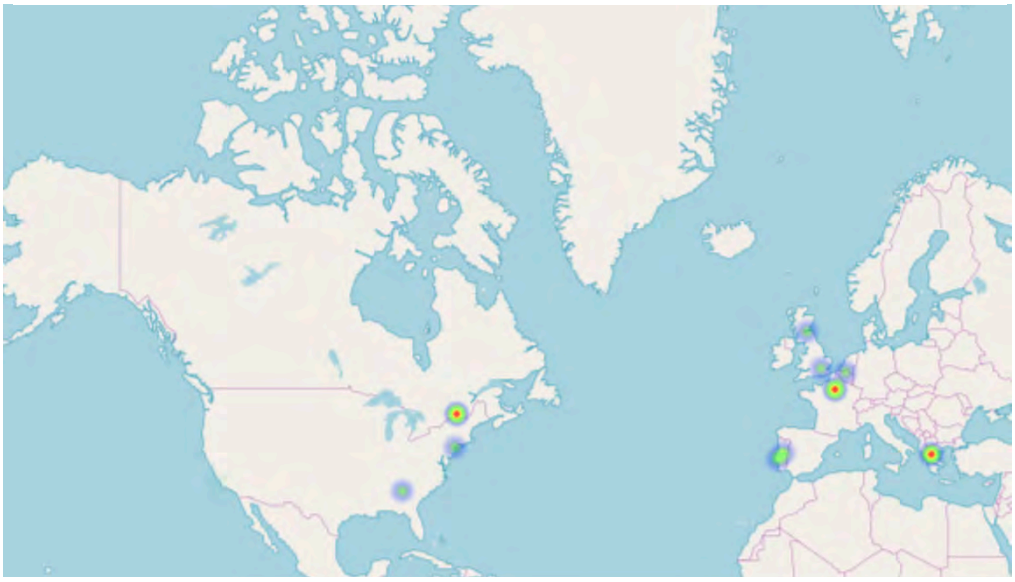
Unidos, Canadá, Portugal, França e Reino Unido. As figuras 15 e 16 mostram essas regiões.

Figura 15 – Regiões brasileiras com mais tweets geolocalizados



Fonte: Autoria própria.

Figura 16 – Países em que manifestações sobre o tema foram feitas por meio de tweets geolocalizados

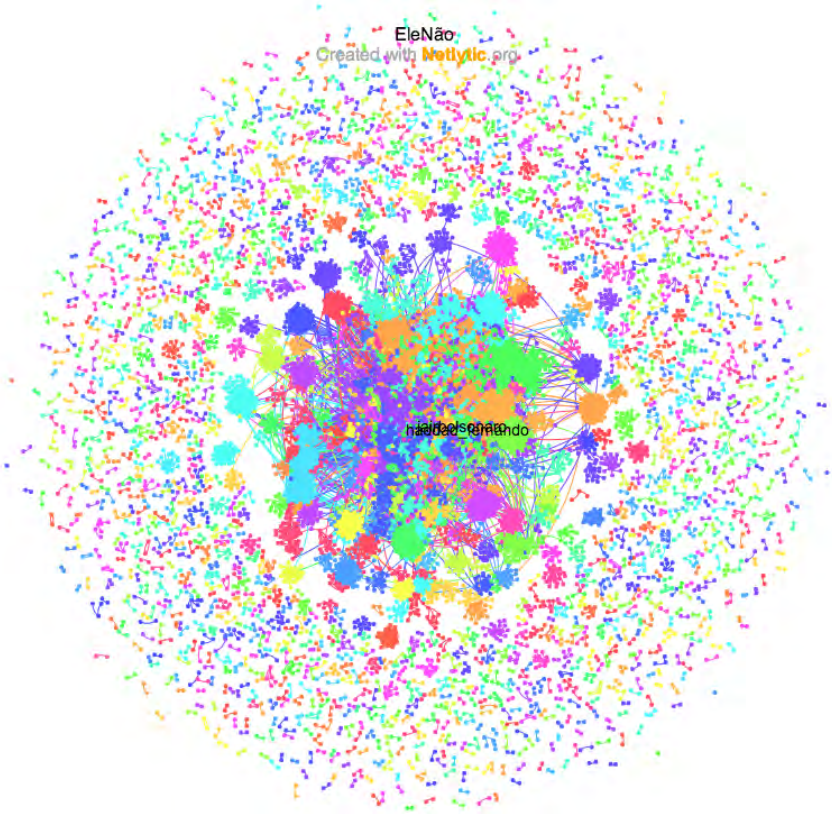


Fonte: Autoria própria.

Devido à quantidade de dados, foi estabelecida uma base amostral definida de acordo com a metodologia anteriormente explicada (nível de confiança de 95%; margem de erro de 5%), com 383 tweets. Em 140 postagens havia termos associados a raiva e descontentamento sobre o candidato do PSL; já em 106 havia termos referentes à esperança da virada do candidato do PT (Fernando Haddad) de conseguir reverter o quadro favorável ao seu concorrente.

No que tange a análise de redes sociais (ARS), elaborou-se um grafo a partir da mineração de coletas dos nomes mais mencionados no conteúdo das publicações. Fernando Haddad e Jair Bolsonaro são os nomes mais mencionados nessas mensagens e o grafo mostra esses laços estabelecidos. O layout da rede foi o DrL (no qual os laços mais distantes são escondidos para evidenciar os clusters) e as propriedades da rede formada são: diâmetro – 32; densidade – 0,000087; reciprocidade – 0,052780; modularidade – 0,818500. O grafo foi gerado pela plataforma Netlytic e considerou 11.826 posts com laços (ties); 29.870 laços (ties) e 66.517 nomes únicos e pode ser visto a seguir.

Figura 17 – Grafo de nomes e conexões da primeira base de dados #EleNão



Fonte: Autoria própria.

A figura 18, por sua vez, destaca os clusters dos candidatos.

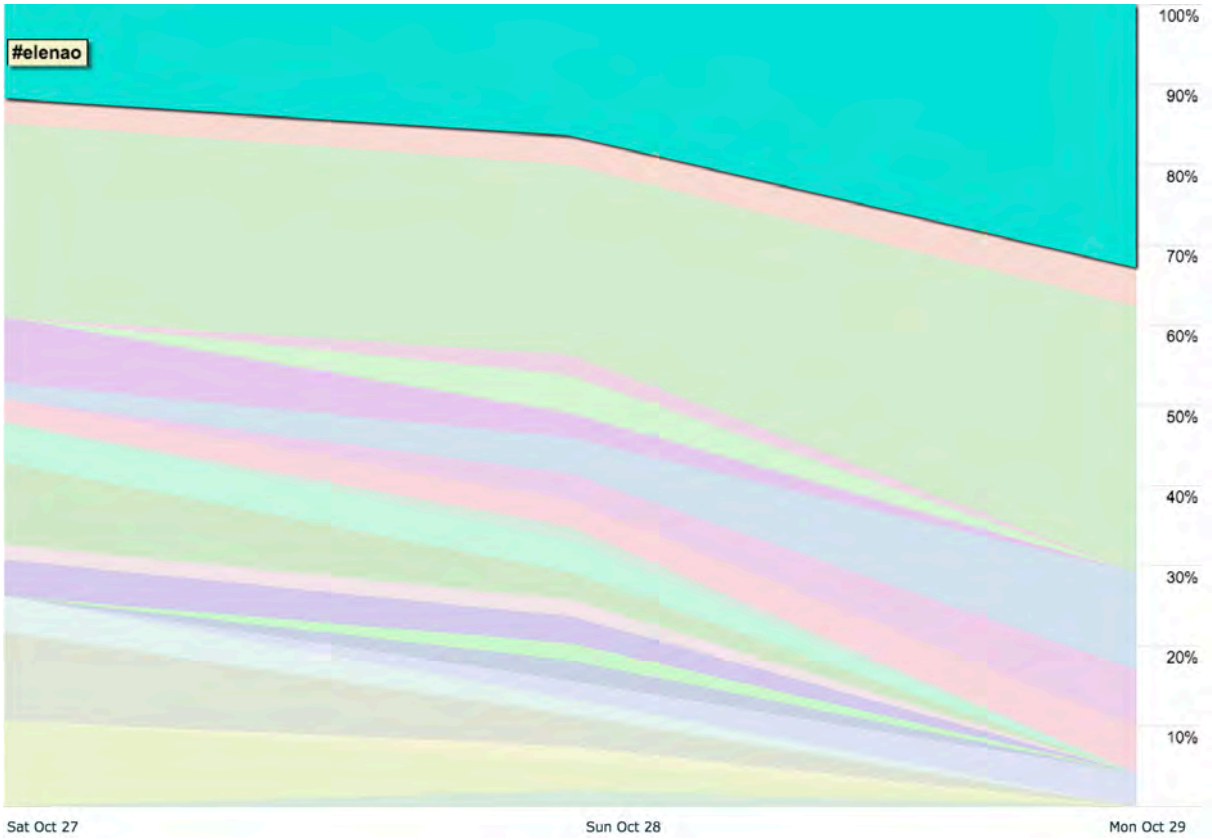
Figura 18 – À esquerda, o cluster referente às menções ao Fernando Haddad; à direita, o cluster referente às menções ao então candidato Jair Bolsonaro

Fonte: Autoria própria.

A segunda base de dados foi composta pelo dia do segundo turno das eleições (28 de outubro) e pelo dia seguinte ao resultado das eleições presidenciais (29 de outubro de 2018), que contou com ampla participação de usuários contra e a favor de Jair Bolsonaro. Entre os termos e hashtags mais associados ao tema pesquisado estão em ordem de recorrência: #elenao; #elenunca; #elenão; #haddadpresidente13; #viravirouhaddad; #viravotohaddad; #bolsonaro; #brasil; #brazil.

A figura 19 mostra a proporção dentro da base de dados desses termos associados à hashtag estabelecida (de cima para baixo). Vale notar que, após o resultado do segundo turno, o engajamento e o uso das palavras tiveram considerável declínio.

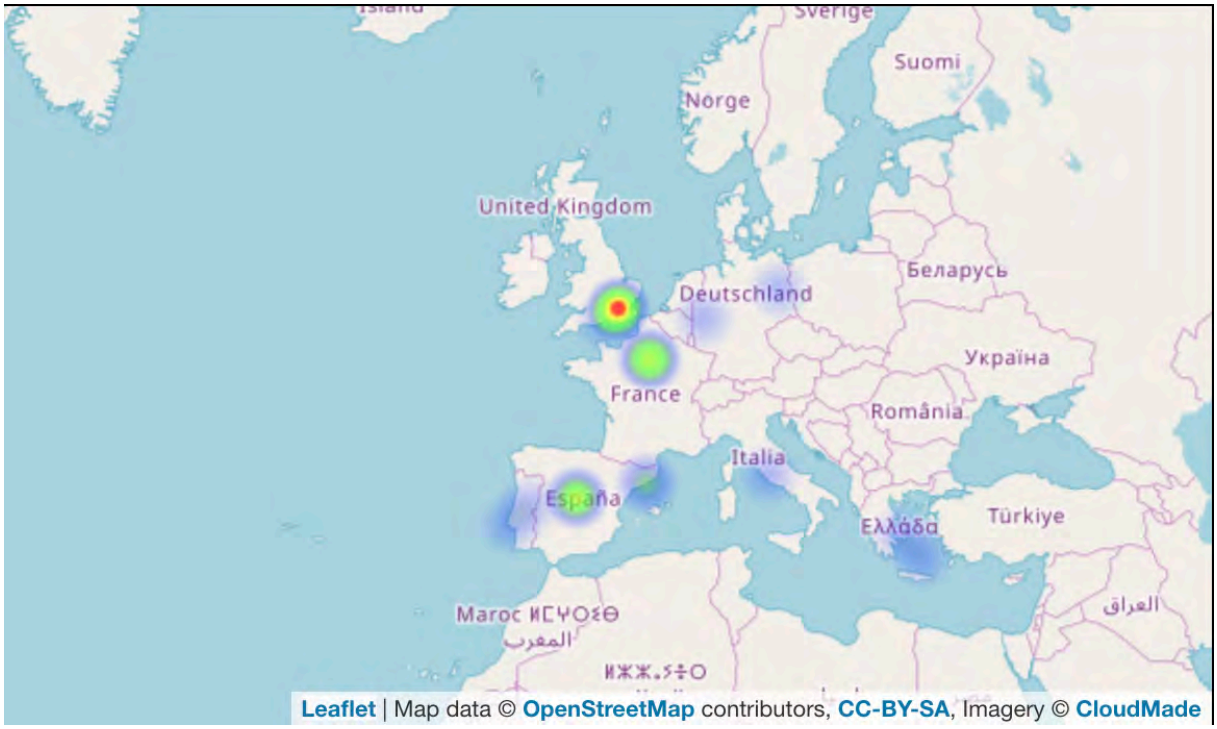
Figura 19 – Termos mencionados mais associados à hashtag analisada (#EleNão)



Fonte: Autoria própria.

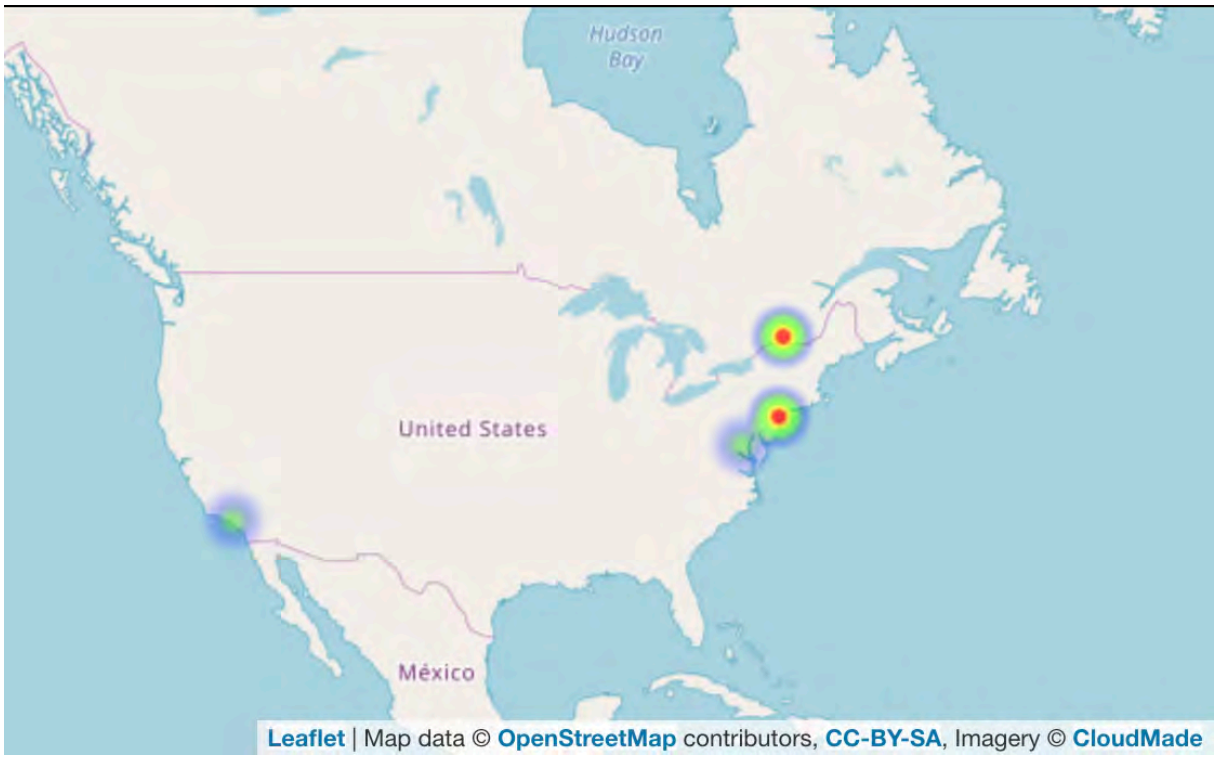
O recurso de geolocalização foi ainda menos utilizada nesta base de dados, sendo detectada pela plataforma em apenas 371 tweets. Manteve-se a participação de todas as regiões brasileiras, com maior grau no Sudeste, e em outros países, como destacam as figuras 20, 21 e 22.

Figura 20 – Diferentes países da Europa Ocidental e Oriental utilizaram o Twitter entre os dias 28 e 29 de outubro



Fonte: Autoria própria.

Figura 21 – Estados Unidos e Canadá permaneceram como locais com usuários mais ativos



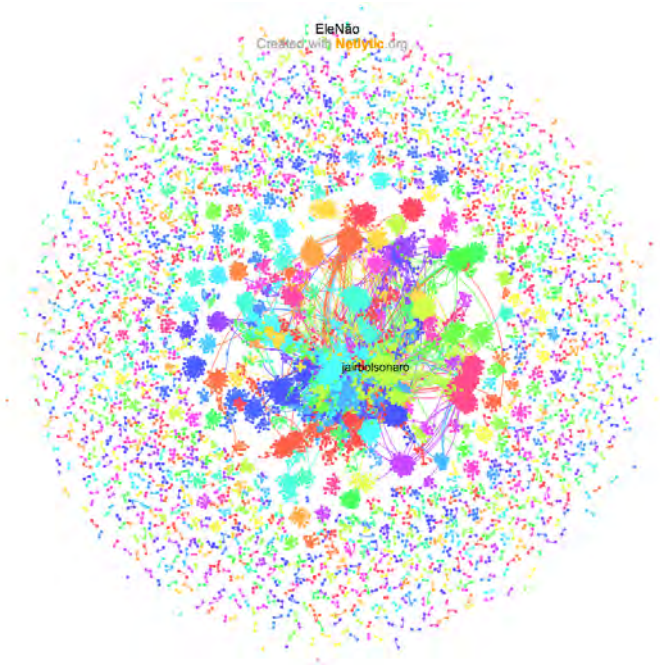
Fonte: Autoria própria.

Figura 22 – O mapa mostra que a Região Sudeste novamente foi um dos vetores de publicações no Brasil

Fonte: Autoria própria.

No que tange a análise de redes sociais (ARS), elaborou-se um grafo a partir da mineração de coletas dos nomes mais mencionados no conteúdo das publicações. Desta vez, o único nome que fica evidente é o de Jair Bolsonaro, de modo a indicar que mesmo os usuários que apoiavam Fernando Haddad (PT) estavam mais preocupados em posicionar-se contra o candidato do PSL, inclusive mencionando-o, a defender o próprio candidato. O layout da rede foi o DrL (no qual os laços mais distantes são escondidos para evidenciar os clusters) e as propriedades da rede formada são: diâmetro – 26; densidade – 0,000091; reciprocidade – 0,046060; modularidade – 0,890800. O grafo foi gerado pela plataforma Netlytic e considerou 9.125 posts com laços (*ties*); 17.822 laços (*ties*) e 81.506 nomes únicos.

Figura 23 – Grafo de nomes e conexões da segunda base de dados #EleNão

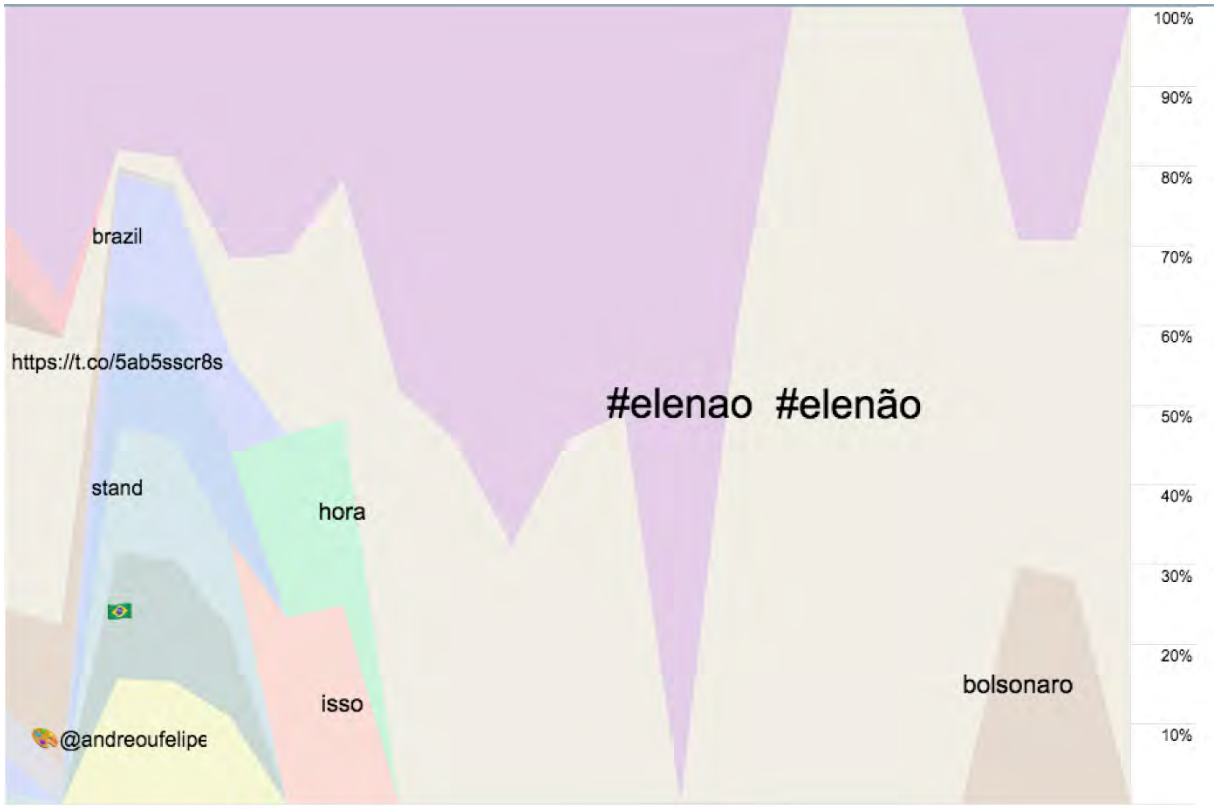


Fonte: Autoria própria.

Como pode ser percebido por meio deste grafo, o nome do presidente eleito Jair Bolsonaro (PSL) foi o mais mencionado, sendo que nesta segunda base de dados analisada o candidato concorrente nem aparece como o segundo mais mencionado.

A terceira base de dados tem início logo após o resultado das eleições presidenciais de 2018, no período de 30 de outubro a dois de dezembro, com uma base de dados formada por 99.006 tweets. A pulverização dos termos perde espaço para o lamento e sentimento de derrota dos usuários. Uma amostra qualitativa de 676 tweets apontou que os sentimentos dos usuários eram bem polarizados: aqueles que apoiavam o candidato utilizaram principalmente termos como bom, feliz, perfeito, orgulho, agradecido, num total de 179 tweets; por sua vez, aqueles que não apoiaram ou votaram nele, fizeram uso de termos como terrível, ruim, preocupado, mau, péssimo, em um total de 497 tweets. A figura 20 mostra a concentração de alguns termos no Twitter (#elenao; #elenão).

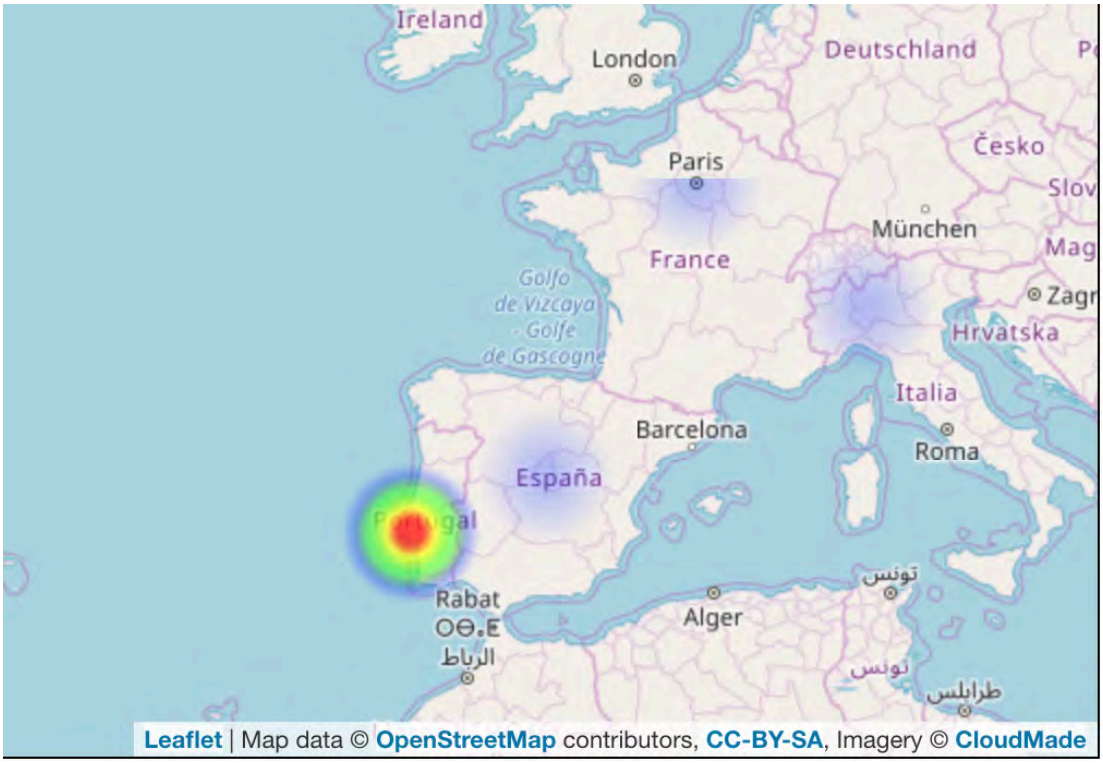
Figura 24 – Recorrência de termos associados à hashtag pesquisada na terceira base de dados



Fonte: Autoria própria.

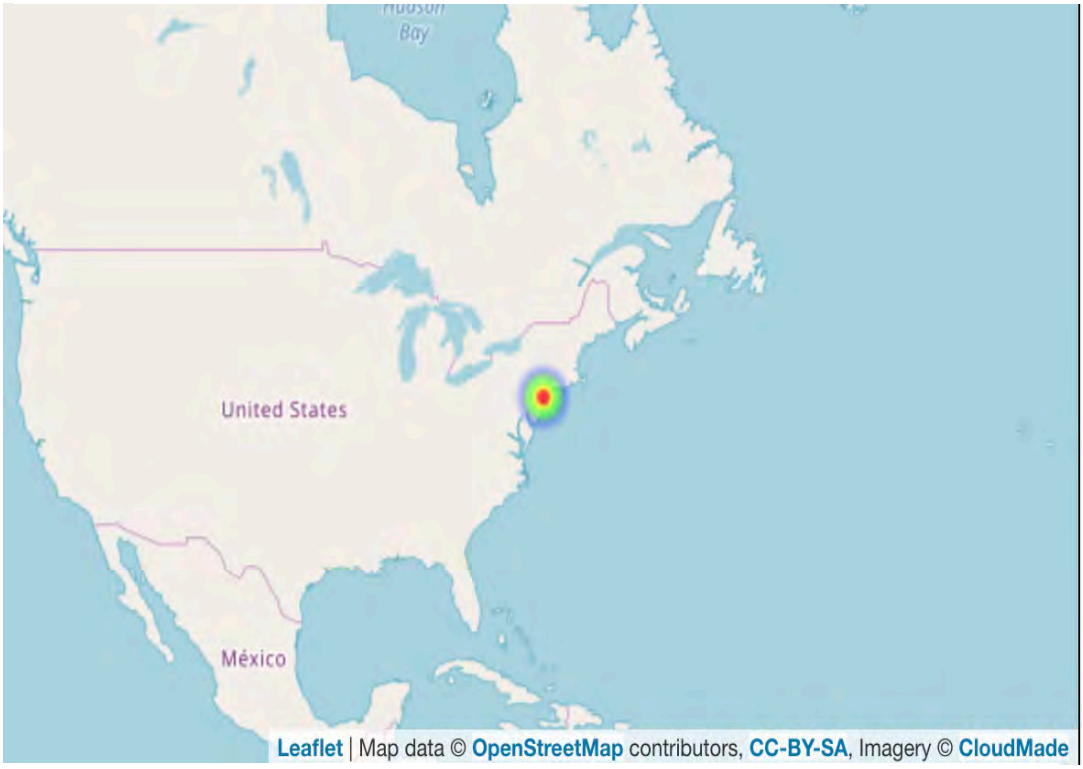
Tweets com geolocalização foram detectados apenas em 286 publicações. Na Europa, o país onde se percebeu mais reverberação foi Portugal. Na América do Norte, apenas foram encontrados dados nos Estados Unidos. Pela primeira vez foram detectados tweets na América Latina, mais precisamente no Peru (figura 26). Outro ponto de destaque foi a mudança para a Região Centro-Oeste do Brasil como principal vetor de dados geolocalizados.

Figura 25 – Portugal foi o principal vetor de publicações geolocalizadas no primeiro período após o término das eleições presidenciais de 2018



Fonte: Autoria própria.

Figura 26 – Pela primeira vez, apenas os Estados Unidos apareceram dentro da amostra coletada pela ferramenta Netlytic

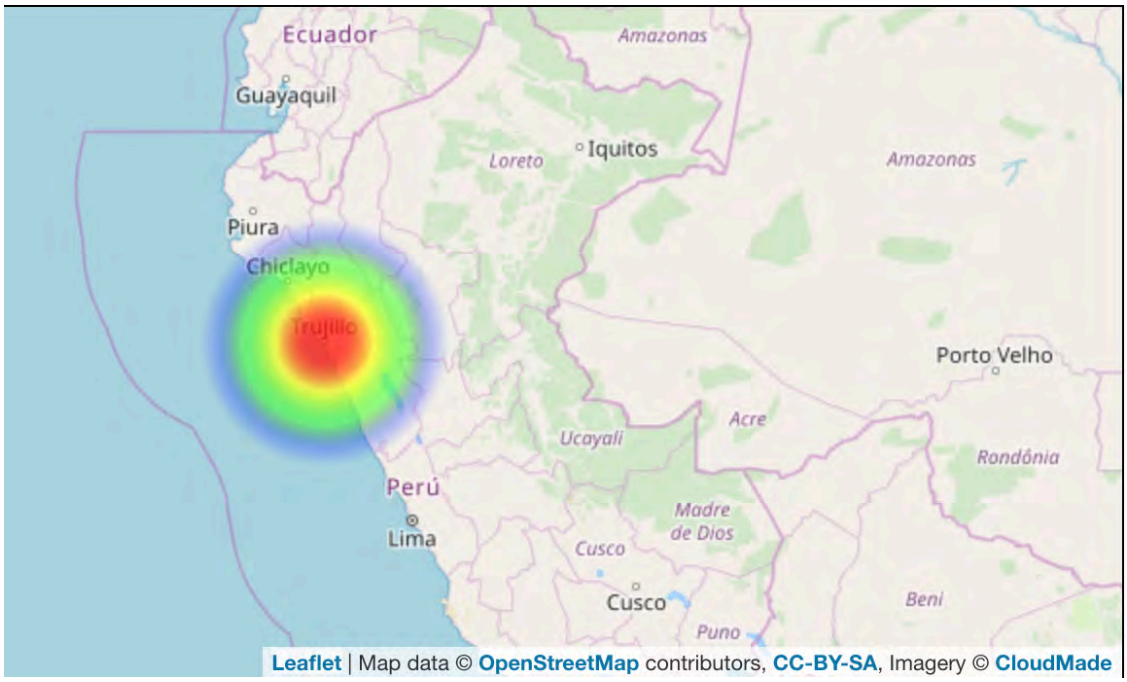


Fonte: Autoria própria.

Figura 27– À esquerda: Mato Grosso aparece como um dos principais vetores nacionais; à direita, os demais pontos de coleta de tweets geolocalizados

Fonte: Autoria própria.

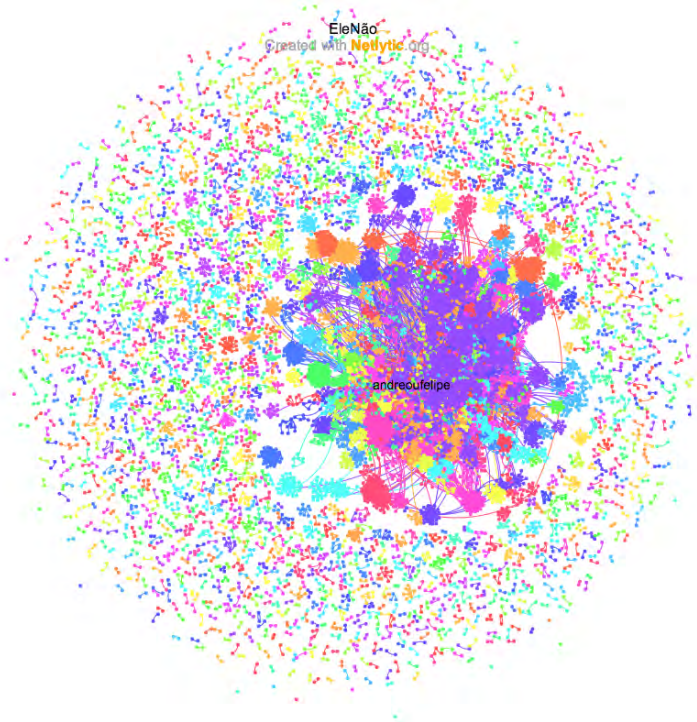
Figura 28– Peru foi o primeiro país da América Latina a ter tweets geolocalizados com o tema da pesquisa



Fonte: Autoria própria.

Em seu lugar, é mencionado o usuário @andreoufelipe, o qual fez uma publicação que reverberou bastante no Twitter, dentro e fora do Brasil. O layout da rede foi novamente o DrL e as propriedades da rede formada são: diâmetro – 31; densidade – 0,000024; reciprocidade – 0,004646; centralidade – 0,301900; modularidade – 0,667200. O grafo foi gerado pela plataforma Netlytic e considerou 41.722 posts com laços (*ties*); 58.282 laços (*ties*) e 83.417 nomes únicos.

Figura 29 – Esta foi a primeira vez dentro da base de dados analisada em que não houve menção à Jair Bolsonaro (PSL)



Fonte: Autoria própria.

Figura 30 – Cluster de destaque ao usuário mais mencionado (@andreoufelipe)

Fonte: Autoria própria.

Figura 31 – Tweet responsável pelo engajamento e que levou à quantidade excessiva de menções

Fonte: Autoria própria

A última base de dados foi coletada entre dois e 25 de dezembro de 2018, também por meio da ferramenta Netlytic (27.418 tweets). O período coincidia entre o final do mandato do presidente Michel Temer (MDB) e a semana que antecedia a posse do presidente eleito, Jair Messias Bolsonaro (PSL). Embora esta seja a menor base desta coleta (#EleNão), ela apresenta alguns pontos relevantes, como a indicação de alguns nomes de ministros do futuro governo (entre eles, o do juiz Sérgio Moro) e o julgamento do habeas corpus do ex-presidente da República – Luiz Inácio Lula da Silva –, em 19 de dezembro, o qual foi negado e levou a manifestações na rede social Twitter. Essas questões aparecem entre os termos relacionados à hashtag analisadas e estão presentes na figura 31.

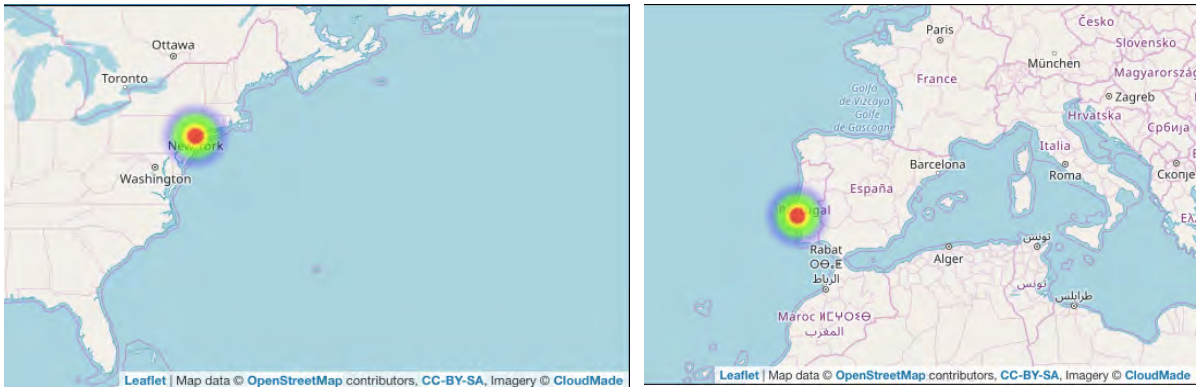
Figura 32 – Termos relacionados à hashtag #Elenão em dezembro de 2018

Fonte: Autoria própria.

Considerando uma amostra de 228 tweets, percebeu-se que o movimento perde força e se dispersa. Há 71 tweets que expressam apoio ao presidente eleito, por meio de termos como perfeito, feliz, maravilha, ótimo e orgulho; e apenas sete tweets com termos como terrível, cruel, ruim.

A geolocalização perde ainda mais a relevância na coleta, sendo detectada em apenas 111 tweets. Somente dois apresentam dados geolocalizados (Portugal e Estados Unidos). No Brasil, a utilização de tweets geolocalizados vai para a Região Nordeste.

Figura 33 – Estados Unidos e Portugal são os únicos países que permanecem utilizando dados geolocalizados



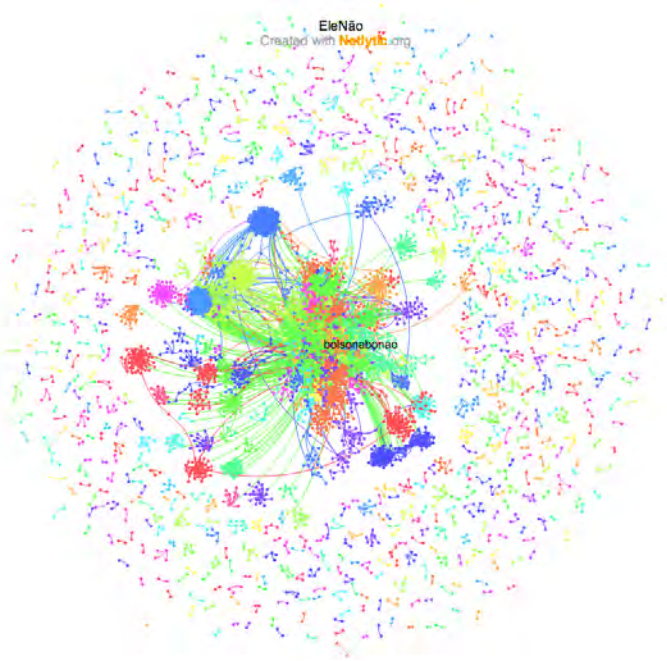
Fonte: Autoria própria.

Figura 34 – As regiões Norte e Nordeste destacam-se nesta última base de dados

Fonte: Autoria própria.

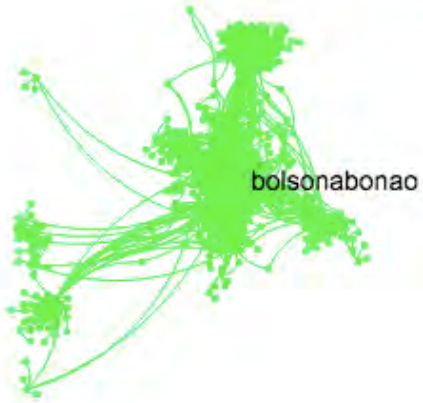
No que tange à análise de redes sociais (ARS), elaborou-se um grafo a partir da mineração de coletas dos nomes mais mencionados no conteúdo das publicações. O termo mais evidente é “bolsonabonao”. O layout da rede foi o DrL (no qual os laços mais distantes são escondidos para evidenciar os clusters) e as propriedades da rede formada são: diâmetro – 56; densidade – 0,000223; reciprocidade – 0,28680; modularidade – 0,065780. O grafo 34 foi gerado pela plataforma Netlytic e considerou 3.786 posts com laços (*ties*); 11.033 laços (*ties*) e 16.946 nomes únicos.

Figura 35 – Grafo referente à última base de dados (#EleNão).



Fonte: Autoria própria.

Figura 36 – Cluster com o termo mais mencionado

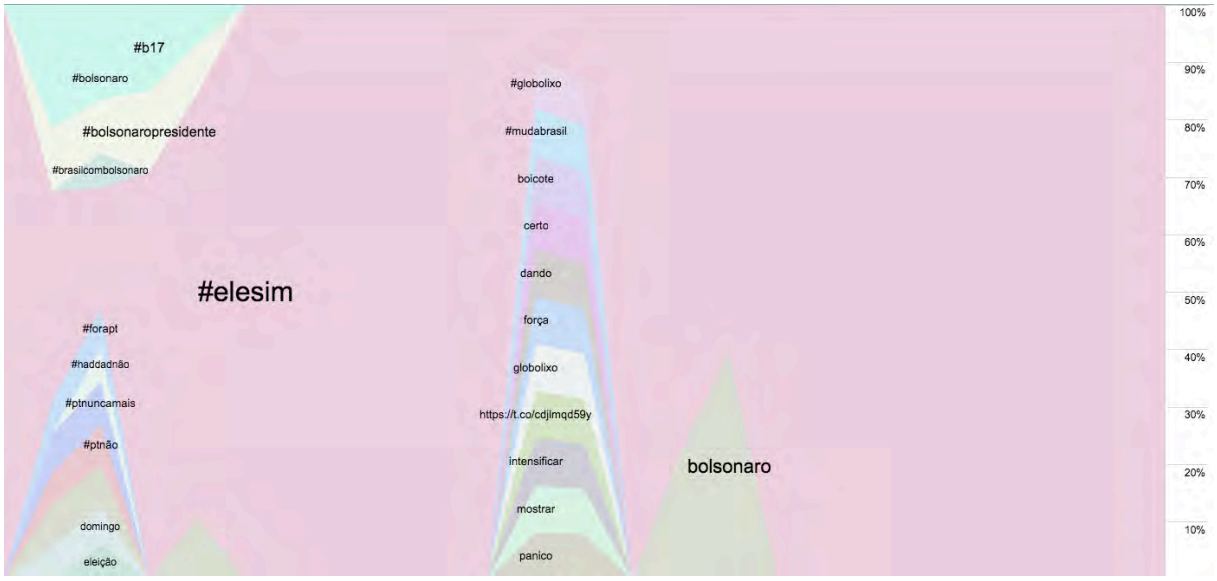


Fonte: Autoria própria.

Para tecer um comparativo, conforme mencionado anteriormente, foram coletados dados sobre o movimento #EleSim, os termos Mulheres Contra e Com Bolsonaro, bem como os termos LGBT Contra e Com Bolsonaro. Eles serão analisados a seguir.

O movimento #EleSim surge como uma contrapartida ao movimento #EleNão. A análise dos dados apontou para algo que já havia sido percebido a partir da segunda base de dados do movimento #EleNão: os usuários que apoiavam o então candidato do PSL e presidente eleito Jair Bolsonaro utilizavam as mídias sociais principalmente para apoia-lo e defende-lo, e faziam isso criticando os governos anteriores (os referentes ao Partido dos Trabalhadores – PT) e os veículos de mídia tradicional (como a Rede Globo).

Figura 37 – Principais termos relacionados à hashtag #EleSim



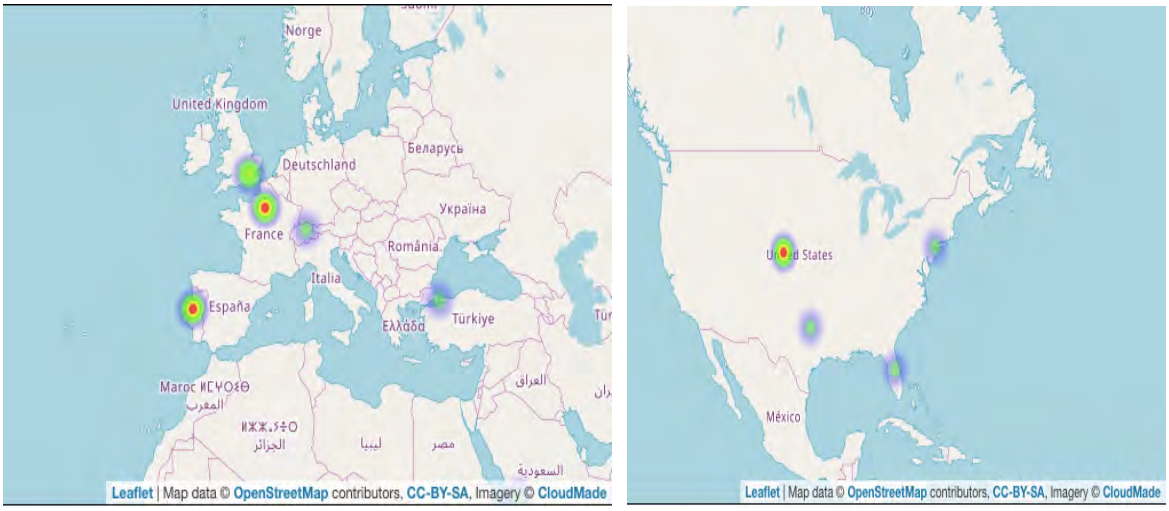
Fonte: Autoria própria.

Dialogando com os dados anteriores, a sentimentalização também segue no mesmo sentido. Uma análise qualitativa de 97 publicações verificou que 50 eram positivas ao candidato do PSL, com termos como bom, feliz, ótimo, perfeito e maravilha. Foram encontrados apenas 7 tweets com termos negativos relacionadas à hashtag #EleSim, com as seguintes palavras mau, cruel, preguiçoso, ruim.

Foram encontrados 433 posts com geotagueamento que apontaram para locais de resistência ao Movimento #EleNão, ou seja, eles também fazem parte dos países e cidades brasileiras onde tweets geolocalizados foram coletados, como mostram as

figuras 38 e 39. A exceção ficou por conta da ausência de países da América Latina e do Canadá, que foram percebidos na coleta de dados do #EleNão.

Figura 38 – Países da Europa Ocidental e Oriental, bem como cidades dos EUA apresentaram dados geolocalizados



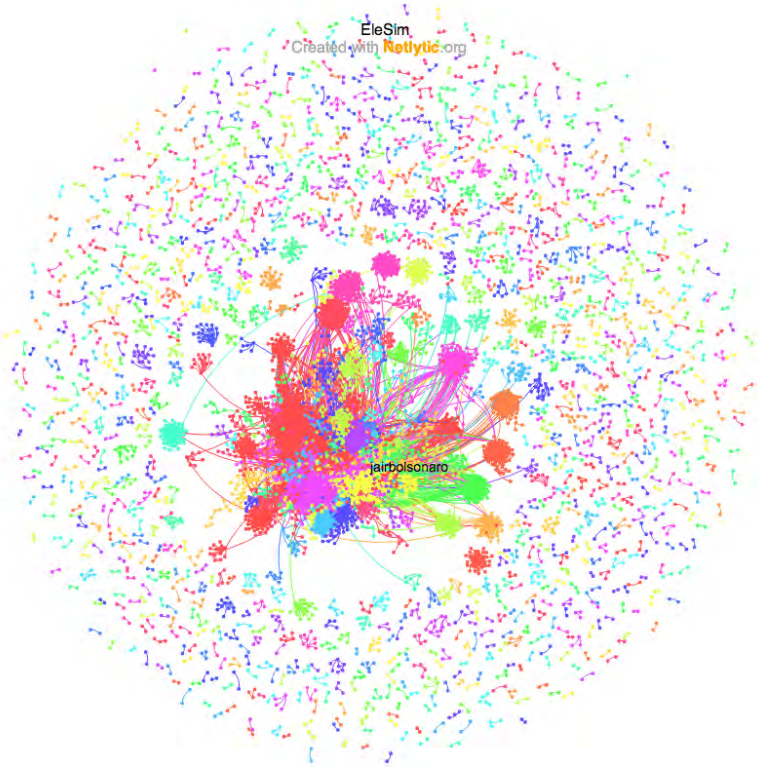
Fonte: Autoria própria.

Figura 39 – O movimento #EleSim esteve presente nas mesmas regiões que o Movimento #EleNão

Fonte: Autoria própria.

Foi igualmente elaborado o grafo 40, a partir da mineração de coletas dos nomes mais mencionados no conteúdo das publicações. O termo mais evidente é o de Jair Bolsonaro, algo que foi percebido de maneira mais forte nas duas primeiras bases de dados do Movimento #EleNão. O layout da rede foi o DrL (no qual os laços mais distantes são escondidos para evidenciar os clusters) e as propriedades da rede formada são: diâmetro – 33; densidade – 0,000087; reciprocidade – 0,004719; modularidade – 0,740500. O grafo foi gerado pela plataforma Netlytic e considerou 11.837 posts com laços (ties); 27.602 laços (ties) e 38.391 nomes únicos.

Figura 40– Jair Bolsonaro é o termo mais mencionado dentro do movimento #EleSim



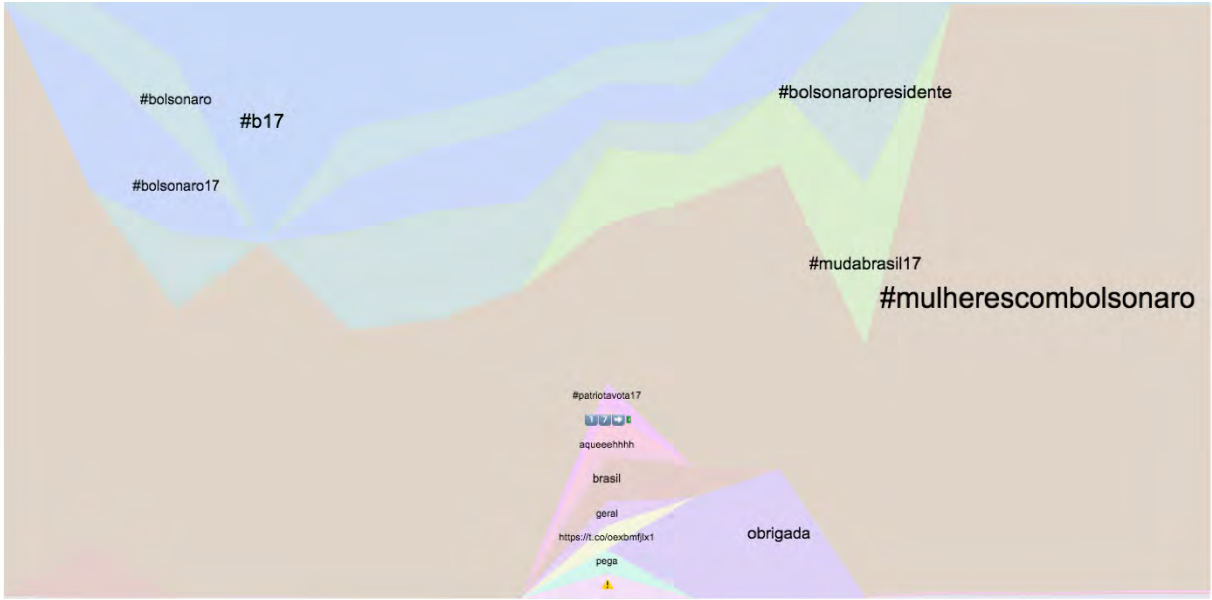
Fonte: Autoria própria.

Figura 41 – Em destaque o cluster que mais menciona o usuário

Fonte: Autoria própria.

Analisou-se ainda os termos “Mulheres com Bolsonaro” (7.199 tweets) e Mulheres contra Bolsonaro” (2.487 tweets), no mesmo período – 15 de setembro a 25 de dezembro de 2018. Mais uma vez a ferramenta utilizada para coleta e análise dos dados foi a Netlytic. O comportamento foi semelhante ao observado quanto aos Movimentos #EleNão e #EleSim. Em “Mulheres com Bolsonaro”, percebe-se um apoio grande ao candidato, tendo muitas hashtags associadas a ele.

Figura 42 – Termos associados à pesquisa “Mulheres com Bolsonaro”



Fonte: Autoria própria.

Por outro lado, quando se analisa as associações à pesquisa “Mulheres contra Bolsonaro” percebe-se a mesma tendência de posicionamento do Movimento #EleNão, ou seja, não há um padrão no discurso, o movimento não aparenta ter um objetivo específico, não há profundidade na pauta.

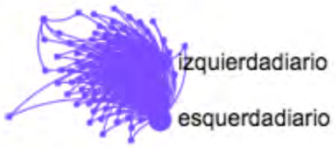
Figura 43 – Termos associados à pesquisa “Mulheres contra Bolsonaro”

Fonte: Autoria própria.

Referente às postagens com geotagueamento, manteve-se os padrões referentes aos movimentos #EleNão e #EleSim, sem nenhuma novidade em termos

de cidades ou países participantes. Os grafos caminharam neste mesmo sentido. Enquanto no “Mulheres com Bolsonaro” o presidente eleito aparece no centro das menções, em “Mulheres contra Bolsonaro” são usuários de esquerda que regem as menções, como mostram os grafos[28] a seguir.

Figura 44 – À esquerda, termos mencionados no movimento “Mulheres com Bolsonaro”; à direita, menções ao movimento “Mulheres contra Bolsonaro”



Fonte: Autoria própria.

A análise dos dados coletados mostra que, se por um lado, as plataformas de redes sociais digitais tiveram bastante relevância para o Movimento #EleNão, colaborando para a produção de novas subjetividades, conexões e solidariedades, bem como para a articulação do ambiente virtual e não virtual (tecnopolítico), por outro lado, elas não podem ser categorizadas somente como suportes horizontais e neutros de conexão e propagação de informações. Percebe-se que essas plataformas podem estruturar, abrir ou até mesmo fechar diferentes possibilidades de mobilização e intervenção discursiva. Tal característica pôde ser percebida por meio do fluxo e contrafluxo informacional presente no Movimento #EleNão, os quais foram apresentados neste trabalho. Os atores, suas conexões e as redes formadas acabam sendo permeadas por decisões corporativas (inclusive em termos de API), o que afeta tanto hábitos de percepção, quanto as interações sociais dos usuários.

[28] Grafo “Mulheres com Bolsonaro”: o layout da rede foi o DrL e as propriedades da rede formada são diâmetro – 56; densidade – 0,000877; reciprocidade – 0,001565; modularidade – 0,704900. O grafo foi gerado pela plataforma Netlytic e considerou 1.014 posts com laços (ties); 3.251 (ties) e 4.209 nomes únicos.
Grafo “Mulheres contra Bolsonaro”: o layout da rede foi o DrL e as propriedades da rede formada são diâmetro – 18; densidade – 0,002225; reciprocidade – 0,008562; modularidade – 0,846100. O grafo foi gerado pela plataforma Netlytic e considerou 433 posts com laços (ties); 1.598 (ties) e 1.618 nomes únicos.

A pluralidade de temas levantados pelo Movimento #EleNão apresentou-se como um reflexo da quarta onda feminista no Brasil (figuras 13, 18, 22, 30 e 41). O Movimento #EleSim, por sua vez, visava a campanha por Jair Bolsonaro (PSL), acompanhada apenas de um discurso nacionalista e de refuta ao Partido dos Trabalhadores (PT) (figuras 35 e 40). A hipótese é que o ciberfeminismo – principalmente no período analisado – refletiu o caráter fortemente conflitivo do ecossistema virtual em que atuam as feministas brasileiras, uma vez que, devido à sua própria estrutura e funcionamento, faz com que as mídias sociais e as redes por elas viabilizadas, exacerbam suas particularidades (como por exemplo o movimento feminista negro), o individualismo, além de visões binárias e fixas de identidades (HAN, 2018). Assim, embora este movimento possa ser caracterizado como um movimento tecnopolítico, a questão de e-cidadania permanece como um ponto a ser debatido e até mesmo questionado. Será que realmente é possível trabalhar a ideia de um e-cidadão em um ambiente virtual tão difuso e composto por tantas bolhas informacionais? Ou seja, um indivíduo que realmente se apropria do ambiente digital continuamente em prol de aspectos sociais, políticos e culturais, e sobretudo democráticos?

Os dois últimos estudos de caso apresentados no presente trabalho apontam para as mudanças na comunicação política viabilizadas pelas empresas de tecnologia digital, as quais vêm cada vez mais afetando igualmente a democracia, em uma onda que se percebe de maneira mais evidente desde 2014 e que foi colocado em uma lupa a partir do escândalo do Cambridge Analytica. Ora, se tais mudanças afetam a democracia como um todo, não é concebível que elas não gerem impacto dentro do terreno de atuação do próprio feminismo.

Os clusters formados pelos dados coletados mostraram isso: os componentes mais mencionados estavam sempre no centro da rede, mostrando que seus usuários propagavam mais tweets um dos outros, levando a uma ação coletiva, nesses casos, mais homogênea.

3.2.4.1 LGBT contra Bolsonaro x LGBT com Bolsonaro

O Movimento #EleNão teve início como uma ação contra o então candidato do PSL, Jair Bolsonaro, à Presidência da República. No entanto, a recuperação e divulgação de declarações preconceituosas dele sobre mulheres, negros e indígenas

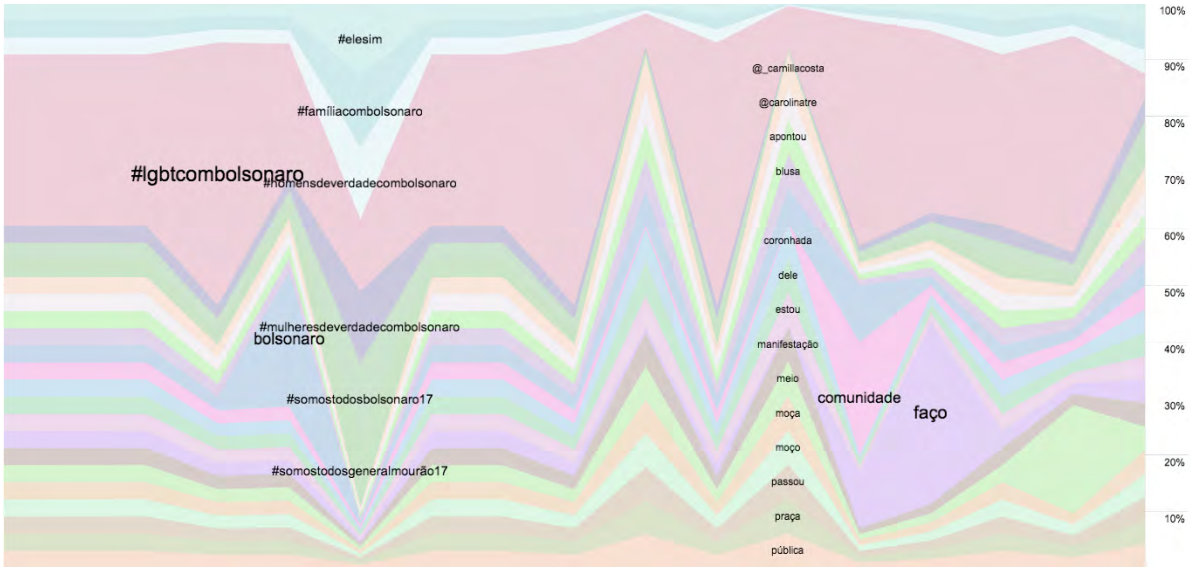
fez com que outras minorias aderissem ao movimento. Foi o caso do movimento LGBT contra Bolsonaro, o que levou, assim como as ações feministas, a um movimento contrário (LGBT com Bolsonaro). Ambos foram analisados, ainda que em um menor nível, também neste estudo de caso. A rede social analisada permaneceu o Twitter, de 15 de setembro a 25 de dezembro de 2018, sendo que a coleta de dados foi realizada e processada por meio da plataforma Netlytic. A base de dados foi composta por 37 tweets (LGBT contra Bolsonaro) e 32 tweets (LGBT com Bolsonaro).

No entanto, para compreender estes dados, é preciso atentar para alguns pontos. Bulgarelli (2017) destaca que nas últimas décadas houve um percurso de institucionalização das demandas do movimento LGBT+, que abrangeu diversos modos de atuação política, os quais envolviam mecanismos de negociação e atuação em sites de redes sociais. Ademais, assim como foi percebido no feminismo, este movimento apresenta diversos pontos de tensão e diferenças constitutivas, algo que pode explicar o fato de haver parte da comunidade apoiando o Bolsonaro. De acordo com pesquisa Datafolha, de 25 de outubro de 2018, 29% dos LGBTs votariam em Jair Messias Bolsonaro. Parte desse apoio deve-se, segundo os dados apresentados, à discrição e acolhimento percebidas por parte dos Bolsonaristas[29].

Tal acolhimento foi percebido na análise. Ao verificar os termos mencionados associados à questão “LGBT com Bolsonaro”, percebe-se que estão relacionadas questões como comunidade, família, homens de verdade e mulheres de verdade. Por outro lado, as menções relacionadas ao termo “LGBT contra Bolsonaro” são mais difusas, uma tendência que já havia sido percebida nas análises anteriores, presentes neste trabalho. Ainda assim, alguns termos merecem destaque como ditadura não, Eleição 2018, #EleNão e homens contra Bolsonaro. Os termos podem ser verificados nas figuras 45 e 46.

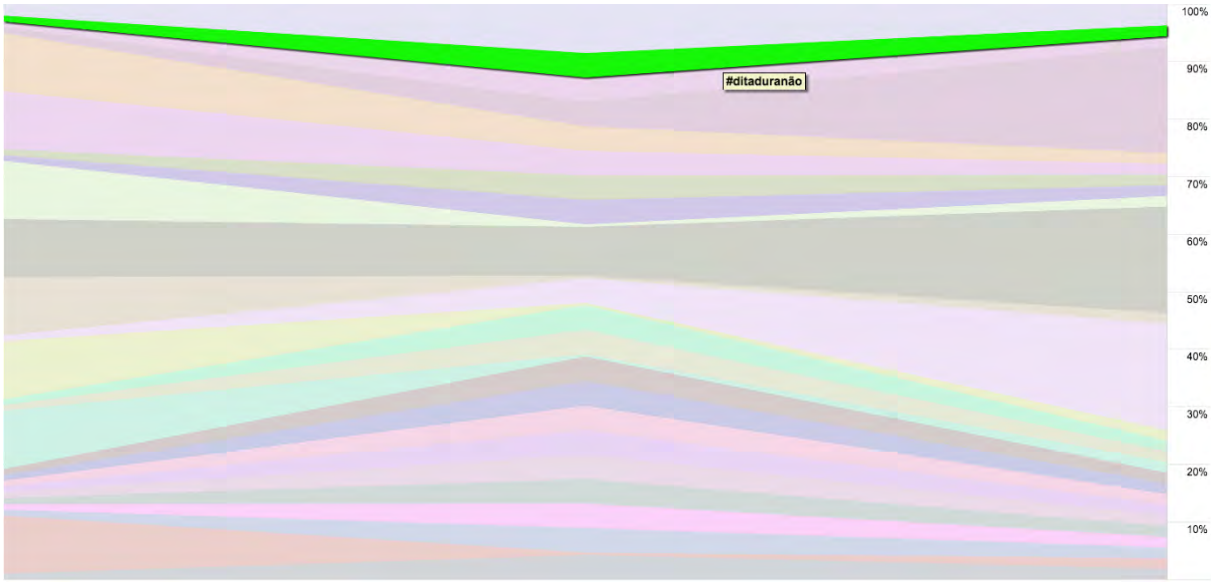
[29] BULGARELLI, Lucas. Por que 29% dos LGBTs votam em Bolsonaro? Disponível em: < https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/27/opinion/1540592921_823943.html>. Acesso em 02. Abr. 2019.

Figura 45 – Termos mencionados relacionados à pesquisa “LGBT com Bolsonaro"



Fonte: Autoria própria.

Figura 46 – Menções relacionadas ao termo “LGBT contra Bolsonaro”. De cima para baixo, os termos mais mencionados: #boringday; #colorhairboys; #ditaduranão; #eleição2018; #elenao; #elenunca; #elenão; #homenscontrabolsonaro; #juntossomosmaisfortes

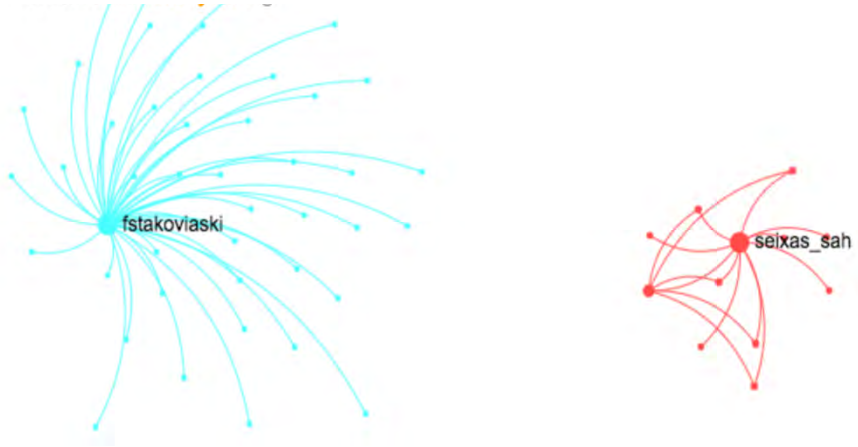


Fonte: Autoria própria.

Foram detectados pela plataforma Netlytic apenas três posts geolocalizados e somente para o termo “LGBT contra Bolsonaro”, os quais ficaram restritos à Região Sudeste, sobretudo nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Não foram encontrados dados geotagueados em outros países.

Os grafos[30], por sua vez, apontaram para alguns aspectos, os quais foram igualmente notados na análise dos termos relacionados às buscas. Neste subitem foram evidenciados os clusters com maior menção. Dois usuários tiveram destaque: @fstakoviaski (LGBT contra Bolsonaro) e @seixas_sah (LGBT com Bolsonaro). Para entender por que eles estavam sendo tão mencionados – de mesma maneira que foi realizado com o conteúdo do usuário @andreoufelipe (figuras 30 e 31) –, foi feita uma busca sobre ambos os conteúdos. No entanto, não foi possível recuperar as informações. O usuário @fstakoviaski é russo e possui um perfil privado. Provavelmente ele foi fechado após a polêmica; caso contrário a plataforma não teria conseguido coletar esses dados. A usuária @seixas_sah, por sua vez, evidentemente apagou alguns de seus tweets – os mais polêmicos, pelo menos. Tal suspeita é corroborada por uma série de respostas sem qualquer tipo de conexão a postagens anteriores, com questionamentos inclusive por parte de uma repórter da BBC sobre violência. Cabe destacar, todavia, a sua descrição no perfil do Twitter: “Tenho uma namorada. Sou bolsonarista. Sou católica.”. Isso porque a diversidade relativa a questões como gênero, sexualidade, política e religião foi um dos aspectos presentes no estudo de caso da Parada do Orgulho LGBT.

Figura 47 À esquerda, termos mencionados no movimento “LGBT contra Bolsonaro”; à direita, menções ao movimento “LGBT com Bolsonaro”



Fonte: Autoria própria.

[30] Grafo “LGBT com Bolsonaro”: o layout da rede foi o DrL e as propriedades da rede formada são diâmetro – 1; densidade – 0,026130; modularidade – 0,719000. O grafo foi gerado pela plataforma Netlytic e considerou 11 posts com laços (ties); 46 (ties) e 48 nomes únicos. Grafo “LGBT contra Bolsonaro”: o layout da rede foi o DrL e as propriedades da rede formada são diâmetro – 1; densidade – 0,020810; modularidade – 0,043460. O grafo foi gerado pela plataforma Netlytic e considerou 2 posts com laços (ties); 45 (ties) e 77 nomes únicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, o problema de pesquisa era compreender de que forma os usuários se apropriaram das plataformas de mídias sociais para criticar e questionar a própria democracia, por meio do surgimento de um e-cidadão. Os estudos de caso, todavia, apontaram para uma generalização do conceito de e-cidadania, uma vez que haviam vários interlocutores, em momentos diferentes, que mudavam de acordo com os sites de redes sociais analisados. Assim, percebeu-se que o aparato tecnodigital promoveu um ambiente que reconfigurou o exercício da crítica política.

Tal pluralidade levou à percepção de que boa parte das hipóteses apresentadas por Castells (2003) permanecem inalteradas quase duas décadas depois. De acordo com o autor (que neste sentido dialoga com LÉVY, 1996), parte da divisão social presente no ambiente virtual ocorre em decorrência da capacidade educativa e cultural de o usuário utilizar a Internet, de modo a compreender como adquirir conhecimento e como distribuí-lo. Talvez pelo fato de o acesso à Internet por parte dos países em desenvolvimento ter sido tardio, esse processo ainda esteja em andamento.

Por outro lado, as linhas limítrofes entre o espaço público e o espaço privado estão mais tênues, em um processo que impacta a ação coletiva. As práticas informacionais permitem tanto a integração como o fenômeno do individualismo, e acabam sendo impactadas pelo contexto em que estão inseridas. Retomando (ALMEIDA, 2012), tem-se, portanto, o desafio de transformar as plataformas de redes sociais em um espaço público comunicativo, fato esse que somente seria possível por meio da capacitação e acesso dos indivíduos e grupos (ou seja, usuários organizados ou não em comunidades) às ferramentas necessárias para que eles possam construir competências comunicativas e fomentar o conhecimento. Ressaltando que todo esse processo é permeado por questões relacionadas ao poder.

> A ideia de autonomia dos sujeitos, na qual se desenha a possibilidade de se alcançarem livremente consensos racionais, ainda mantém, portanto, um valor simultaneamente compreensivo e crítico em relação à realidade. A perspectiva de Habermas oferece os fundamentos para um pensamento social que seja simultaneamente crítico das condições existentes e voltado para perceber-se uma emancipação possível dos atores. No que diz respeito às políticas culturais/políticas de comunicação e informação, pode servir para aferir em que medida elas contribuem para constituir a autonomia dos sujeitos no "mundo da vida" ou, ao contrário, enquadrá-lós sob as formas de controle do "mundo dos sistemas". (ALMEIDA, 2012, p.151)

A Ciência da Informação (CI) procura compreender como essas práticas informacionais estão presentes na sociedade atual. Araújo (2017) sinaliza neste sentido ao explicar que este conceito de práticas informacionais dentro do paradigma da CI. As práticas informacionais consistem em uma complementaridade entre uma dimensão formal (a qual considera aspectos como o trabalho, a ciência e a indústria) e as ações cotidianas (as quais incluem lazer, afazeres domésticos etc.), que culminam em uma percepção mais plural dos indivíduos. Dessa maneira, as práticas informacionais consideram tanto o capital social como o cognitivo, de modo a compreender instâncias mais simbólicas no que tange aos fenômenos informacionais, lidando com

> [...] objetos que são também sujeitos (os usuários) que utilizam dispositivos em constante mudança (as técnicas e tecnologias informacionais) para lidar com algo de natureza fluida e cambiante - a informação, entendida como "objeto cultural" (GIDDENS, 1999). O campo de estudos de usuários torna-se mais rico justamente com a convivência de distintas possibilidades de estudo. (ARAÚJO, 2017, p.150)

Os três estudos de caso contemplam essas práticas informacionais para classificar quais foram movimentos tecnopolíticos e porquê alguns tiveram mais adesão que outros dentro das plataformas de mídias sociais. O primeiro estudo de caso – o do Marco Civil da Internet – teve pouca adesão dentro da plataforma de mídia social analisada (Facebook). O resultado da pesquisa mostrou que, mesmo se valendo de um aparato considerável de plataformas participativas para a elaboração de uma lei, os usuários dessa mídia social em particular não tiveram o impacto e a reverberação que foi percebida nos demais estudos de caso. Todavia o resultado verificado de uma adesão não tão enfática se deve mais o fato do site de rede social escolhida do que ao estudo de caso em si. Observando-se os sites e o Twitter é possível verificar a intensidade desse movimento tecnopolítico dentro e fora do

ambiente digital. No entanto, vale destacar que essa discussão mais intensa era limitada a atores (instituições, veículos de mídia e de telecomunicação, e pesquisadores, sobretudo) que apresentavam interesse em discutir essa lei. Ela não teve tanto a adesão dos usuários, embora abordasse de maneira direta o uso da Internet no Brasil. Ou seja, mesmo sendo um assunto de interesse público, o público em geral não demonstrou interesse no tema. Os e-cidadãos estavam presentes – pesquisadores e ativistas digitais –, o que forneceu o embasamento necessário para o movimento tecnopolítico. Assim, houve a apropriação das tecnologias, porém sem a conscientização pela maioria dos usuários.

Portanto, o estudo de caso sugere que ativistas que defendem a cultura digital no país foram os responsáveis na articulação dos debates sobre esse assunto dentro e forma do ambiente digital. No entanto, neste caso, o Facebook não se mostrou uma ferramenta eficaz para o debate, ficando para o Twitter a responsabilidade de ser uma plataforma mais rica em termos de debates, sobretudo as realizadas no Congresso Nacional. Nesta pesquisa foi utilizada métodos de mineração, coleta e análise assistidas por computador, bem como visualização de dados para a investigação da hipótese. Os resultados comprovaram a hipótese, sendo detectado um movimento tecnopolítico. Isso mostrou que a comunidade formada no Facebook em torno do tema não apresentava representatividade para fazer reverberar o tema para além da plataforma, ao contrário do que foi constatado no Twitter. Ademais, a análise apontou que a política no Brasil estava adquirindo um tom cada vez mais emocional – sem sinergia do que já se havia percebido em questões como as manifestações de 2013 e as eleições presidenciais de 2014 –, a qual sofre a influência de um fluxo caótico de opinião pública que circula na Internet.

Ainda no que tange à questão do estudo de caso do Marco Civil da Internet, tem-se o aspecto da mudança das APIs nas mídias sociais. Entre os quatro anos de desenvolvimento dessa tese, somente o Facebook passou por duas mudanças significativas em seus algoritmos (2015 e 2018), a quais teoricamente serviriam para a proteção dos dados dos usuários. Essas alterações fizeram com que a pesquisa tivesse que ser repensada, mas não impediu que os dados fossem coletados e que eles fossem compreendidos para além da própria coleta de dados.

Dialogando com Araújo (2017), Venturini e Rogers (2019) apontaram em seu mais recente artigo que, seja você um usuário ou um pesquisador, se deve ser cuidadoso quanto aos sites de redes sociais, considerando contextos de produção e

enviesamentos, e compreendendo que as próprias plataformas de mídia possuem características próprias. Assim, concorda-se com eles no sentido de que as pesquisas futuras que consideraram as coletas de dados a partir dos sites de redes sociais devem ser melhor aprofundadas, até mesmo indo para além do ambiente virtual, de modo a entender e até mesmo apoiar os atores políticos e sociais que permeiam a e-democracia.

Referente ao estudo de caso da Parada do Orgulho LGBT, ocorrida em três de junho de 2018 em São Paulo (SP), constatou-se um movimento tecnopolítico, cuja questão política ficou quase que restrita aos responsáveis pela organização do evento (a ONG APOLGBT), sobretudo pelo tema escolhido “Poder para LGBTI+, Nosso Voto, Nossa Voz” e pelos convidados (como foi o caso da presença da viúva da vereadora Marielle Franco – PSOL, assassinada por milicianos em 2017).

No entanto, esse movimento político aconteceu mais fora do ambiente digital do que dentro dele. Os usuários não utilizaram as mídias sociais para discutir sobre o assunto nem antes, durante ou logo após o evento. Poucos foram os dados coletados sobre isso, ainda que candidatos a cargos políticos estivessem presentes. A maior parte dos usuários preferiu postar nos sites de redes sociais selfies e destacar questões referentes à liberdade de escolha (até mesmo religiosa), orgulho e sexualidade, ou seja, a diversidade de uma maneira geral.

O estudo de caso, portanto, sugere que os ativistas que organizaram e pensaram neste tema foram os responsáveis na articulação dos debates sobre esse assunto para fora do ambiente digital durante o período do evento. No entanto, isso não significou que a apropriação das tecnologias não tenha sido eficiente. Ela apenas estava deslocada no tempo.

A Parada aconteceu quatro meses antes das eleições de 2018, e, mesmo não tendo o tema encontrado a reverberação necessária para ser um movimento tecnopolítico pleno (articulado e divulgado por meio das plataformas digitais), foram plantadas sementes que renderam bons frutos para a comunidade LGBT+. De acordo com a ONG Aliança Nacional, houve um aumento de quase 386% no número de candidatos LGBT+ entre as eleições de 2016 e as de 2018, em um total de 160 candidatos. Grupos de candidatos (como a Bancada Ativista) trouxeram para o cenário político brasileiro a união em prol da diversidade, sendo eleitos deputados estaduais, um deputado federal e um senador. Trata-se de um contraponto pertinente (e necessário) para garantir o lugar de fala desses indivíduos, principalmente tendo

em vista que, segundo o Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP), tem-se atualmente o Congresso Nacional mais conservador desde 1964.

Para compreender este contexto, a pesquisa utilizou métodos de mineração, coleta e análise assistidas por computador, bem como visualização de dados para a investigação da hipótese. A princípio, os resultados obtidos durante o evento não comprovaram a hipótese. No entanto, analisando-se posteriormente os dados, notou-se que a ausência de uma discussão sobre o tema durante o evento não foi relevante a ponto de se retomar o assunto durante o período das eleições de 2018, principalmente considerando-se um outro contexto que já havia sido apontado pela análise dos dados durante a Parada: a questão da diversidade. Percebe-se, dessa forma, que mesmo não encontrando um contágio tecnologicamente estruturado durante a Parada do Orgulho LGBT, ele aconteceu cerca de quatro meses depois, em sinergia com o Movimento #EleNão, porque a comunidade LGBT+ conseguiu encontrar um interlocutor comum, apropriando-se dos aparatos tecnológicos para se organizarem e defenderem suas ideias, garantindo assim sua representatividade.

A questão das Eleições 2018 foi retomada no estudo de caso sobre o Movimento #EleNão. Considerando o aspecto tecnopolítico, estabeleceu-se como uma métrica política não oficial a quantidade de pessoas que uma determinada articulação política consegue ganhar os ambientes físicos (ruas, avenidas). Isso ocorreu principalmente depois das manifestações de 2013, as quais conseguiram levar para as ruas pessoas de esquerda, direita, estivessem elas organizadas ou não. Houve ainda mais manifestações tecnopolíticas – embora em menores proporções – referentes, por exemplo, ao impeachment da então presidente Dilma Rousseff e protestos contra o homicídio da vereadora carioca Marielle Franco (PSOL).

O Movimento #EleNão surge nesse sentido de movimento tecnopolítico de contágio tecnologicamente estruturado contra o então candidato à presidência da República, Jair Messias Bolsonaro (PSL). Todos os movimentos que surgiram em decorrência deste primeiro serviram a um único propósito: dizer quem era a favor e quem era contra as bases ideológicas de um então futuro governo Bolsonaro. Ele surge a partir de um grupo político do Facebook (que em duas semanas já contava com mais de 1 milhão de participantes), que funcionava não apenas para articulação das usuárias, como também para questionar conteúdos misóginos e estabelecer maiorias em postagens na plataforma, por meio de táticas baseadas em sororidade.

A análise deste estudo de caso constatou que o contágio foi real e, quando comparado aos demais estudos, percebe-se que ele foi um instrumento eficaz de mobilização social. As pessoas conseguiram afirmar seus desejos dentro e fora do ambiente virtual. E, quando muitos indivíduos aderem a uma causa online ou hashtag, uma dimensão coletiva vai se consolidando e aparece em timelines diversas. Isso acaba encorajando mais sujeitos a aderirem à causa, porque eles sabem que terão um escudo contra *haters*, juntando-se, dessa forma, a tantas outras pessoas.

Todavia, o estudo de caso sugere um outro aspecto deste movimento tecnopolítico. Jair Bolsonaro (PSL) foi eleito e no segundo turno contou com amplo apoio feminino[31], sendo preferido a Fernando Haddad (PT). Isso mostrou que a comunidade formada no Facebook, embora contasse com ampla adesão e tivesse apresentado intensa repercussão dentro e fora do ambiente digital, não teve a sinergia necessária em prol de uma pauta comum, tal qual ocorreu com a eleição de representantes da comunidade LGBT+ a cargos políticos na mesma eleição. A análise dos dados apontou para a ausência de uma pauta comum, para além de ser contrário a um candidato. E, neste sentido, a quantidade de pessoas nas ruas e a apropriação assertiva das tecnologias não foram suficientes para que houvesse uma mudança do cenário eleitoral que se desenhava principalmente desde o atentado à vida do candidato do PSL. A ausência de um interlocutor comum, presente no estudo de caso da Parada do Orgulho LGBT dentro do contexto das eleições 2018, foi decisivo para o insucesso do movimento nas urnas. Neste estudo de caso percebeu-se a proliferação de diversos termos, todos cobrando por mais direitos e respeito à democracia. Essa diversidade de pautas acabou dificultando a criação de uma pauta comum. Ademais, não se pode ignorar o uso intenso de robôs e contas fake neste contexto, que impactaram de maneira negativa para no resultado das manifestações.

Portanto, conclui-se que há uma generalização dos conceitos de e-cidadania e de e-democracia, uma vez que há interlocutores diversos para cada momento estudado. A apropriação das tecnologias para o estabelecimento de ações tecnopolíticas ainda é um desafio, uma vez que se mostrou estar mais atrelada a movimentos orgânicos (#EleNão) e não a pautas pré-estabelecidas (Marco Civil da Internet; Parada do Orgulho LGBT). Todavia, são essas pautas pré-estabelecidas que

---

[31] Estadão. Bolsonaro também ganhou entre as mulheres, diz IBOPE. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,bolsonaro-tambem-ganhou-entre-as-mulheres-diz-ibope,70002588225>. Acesso em 04 abr. 2019

podem garantir os caminhos necessários para se alcançar os objetivos estabelecidos (Parada do Orgulho LGBT - #VoteLGBT – Eleições 2018 – representatividade).

Observa-se que movimentos sociais nos ambientes digitais não surgem exclusivamente da troca de informações estruturadas, mas de processos de coordenação mais básicos, como a sincronização da atividade de rede ou a ativação emocional compartilhada. Nesses sistemas não lineares, o todo não pode ser reduzido à soma simples das partes; ele emerge como resultado de sua interação contínua. Tal contexto traz desafios à Ciência da Informação e às Ciências Sociais, as quais devem compreender de forma mais aprofundada e complexa as relações que se estabelecem entre as construções identitárias, o uso das tecnologias e as opções/mobilizações políticas. Desse modo, é possível vislumbrar continuidades para esta pesquisa, dialogando com autores não referenciados aqui, mas que podem, eventualmente, lançar novas luzes sobre este fenômeno, como por exemplo Pierre Bourdieu, Hardt e Negri, Esther Solano, entre outros.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M**. Dialética do esclarecimento**. Fragmentos Filosóficos. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ALMEIDA, Marco Antônio de. Políticas culturais & ciência da informação: diálogos e desafios. **Ciência da Informação,** v. 43, n. 2, 2014.

ALMEIDA, Marco Antônio de. Habermas e as apropriações culturais das TICs: rumo a ciberesferas públicas. **Problemata-Revista Internacional de Filosofia**, v. 3, n. 2, p. 127-156, 2012.

ANDUIZA, E.; CANTIJOCH, M.; GALLEGO, A. Political Participation and the Internet. Information, **Communication & Society**, v. 12, n. 6, p. 860-878, 2009.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O que são "Práticas Informacionais"? **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 2, número especial, p. 217-236, out. 2017.

ARENDT, Hannah. **A condição humana.** Tradução de Roberto Raposo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

BACKSTROM, L. et al. Four Degrees of Separation**, Cornell University Library, Ithaca, NY**, 5 jan. 2012. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1111.4570>. Acesso em: 17 out. 2018.

BARABÁSI, A. Linked: **How everything is connected to Everything Else and What It Means for Business, Science, and Everyday Life**. New York: Basic Books, 2003.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

BASTOS, M. Public Opinion Revisited: The propagation of opinions in digital networks. **Journal of Arab & Muslim Media Research**, v.4, n.2-3, 2011.

BAUMAN, Zygmunt**. Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN. **A ética é possível num mundo de consumidores?**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo sexo: a experiência vivida**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo sexo: fatos e mitos.** São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970.

BENNETT, W. L.; SEGERBERG, A. The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics**. Information, Communication & Society**, v. 15, n. 5, p. 739-768, 2012.

BERTOLINI, S.; BRAVO, G. Social Capital, a Multidimensional Concept. [S.l.:s.n.], [2004]. Disponível em: <http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>. Acesso em: 17 out. 2018.

BOBBIO, N**. O futuro da democracia**. 8. ed. Tradução de Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BOLEEN, J. Atena, Artemis, Afrodite e a iniciação do feminino consciente. In: ZWIG, Connie. **Mulher em busca da feminilidade perdida.** (org). São Paulo: Gente, 1994.

BOUECHLER, S. M. **Social Movements in Advanced Capitalism: The Political Economy and Cultural Construction of Social Activism**. S.l. Oxford: Oxford University Press, 2000.

BOURDIEU, P. **Outline of a Theory of Practice.** Cambridge: Cambridge University Press, 1972.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13(1), art. 11, 2007. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>. Acesso em 17 out. 2018.

BOYD, D. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In: PAPACHARISSI, Z. (Ed.). **A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites.** New York: Routledge, 2010. p. 39-58

BRUNS, A. et al. #qldfloods and @QPSMedia: Crisis Communication on Twitter in the 2011 South East Queensland Floods. Brisbane, **Qld: ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation**, 2012.

BULGARELLI, Lucas. [ALERTA TEXTÃO] Estratégias de engajamento do movimento LGBT de São Paulo em espaços de interação online e off-line (2015-2016). **Dissertação de Mestrado**. Universidade de São Paulo. 2017.

BURT, R. The Social Structure of Competition. In: BURT, R. **Structural Holes: the social structure of competition.** Cambridge: Harverd University Press, 1992.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero:** feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

_____. Corpos que pesam: Sobre os limites discursivos do Sexo. In: LOURO, Guacira, Lopes. **O Corpo Educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

_____. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

_____. **Undoing Gender**. New York: Routledge, 2004.

BUTLER. Judith. Corpos que pesam: Sobre os limites discursivos do Sexo. In: LOURO, Guacira, Lopes. **O Corpo Educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

CARLEY, K. Content analysis. In: ASHER, R.E. (Ed.). The Encyclopedia of Language and Linguistics. Edinburgo: Pergamon Press, 1990.

CARVALHO, Mário Felipe de Lima. Nossa esperança é ciborgue? Subalternidade, reconhecimento e "tretas" na internet. **Palestra** ministrada no III Seminário Internacional Gênero, Sexualidade e Mídia, no campus UNESP – Bauru, 2015.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura.** São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CASTELLS, M. **Comunicación y poder. Madrid**: Alianza, 2009.

CASTELLS, M**. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet.** Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2013.

CHAUÍ, M. **Convite à Filosofia.** São Paulo: Ática, 2009

COLEMAN, J. S. Social Capital and the Creation of Human Capital. American **Journal of Sociology**, Chicago, v. 94, p. S95-S120, 1988.

CORTEZ, G. R. Ágora e mídia moderna: espaços de comunicação e jornalismo na antiguidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, V. 4, n. 1 – 1. semestre de 2007. Disponível em: <http://150.162.1.115/index.php/jornalismo/article/view/2198/2050>. Acesso em: dezembro 2016.

CRUZ, F. C. de B.; MARCHEZAN, J. C.; SANTOS, M. W. dos. O que está em jogo na regulamentação do Marco Civil da Internet? **Relatório final sobre o debate público promovido pelo Ministério de Justiça para a regulamentação da lei 12.965/2014.** 2015. Disponível em: <www.internetlab.org.br>. Acesso em: agosto 2015.

DEGENNE, A.; FORSE M**. Introducing Social Networks**. Londres: SAGE Publications, 1999.

DELLA PORTA, D. **Social Movements in Times of Austerity: Bringing Capitalism Back into Protest Analysis**. Cambridge: Polity Press, 2015.

DI FELICE, M. **Net-ativismo: da ação social para o ato conectivo**. São Paulo: Paulus Editora, 2017.

DIANI, M. The Concept of Social Movement. **The Sociological Review**, v. 40, p. 1-25, 1992.

FEREJOHN, J.; PASQUINO, P. A teoria da escolha racional na ciência política: Conceitos de racionalidade em teoria política, **Rev. bras. Ci. Soc**. [online]. 2001, vol.16, n.45, pp.05-24, 2000.

FOMINAYA, C. F.; COX, L. (Eds.). Understanding European Movements: New Social Movements, Global Justice Struggles, Anti-Austerity Protest. **Routledge Advances in Sociology**, v. 103. London: Routledge, 2013.

FREEMAN, L. The development of social network analysis: a study in the sociology of science. Vancouver: **Empirical Press**, 2004.

GOMES, Carla; SORJ, Bila. Corpo, geração e identidade: a Marcha das Vadias no Brasil. **Sociedade e Estado**, v. 29, n. 2, p. 433-447. 2014.

GRAEF, A. Eleições 2.0: a Internet e as mídias sociais no processo eleitoral. São Paulo: **Publifolha** – Série 21, 2009.

GRANOVETTER, M. S. The Strength of Weak Ties**. American Journal of Sociology, Chicago,** v. 78, n. 6, p. 1360 -1380, 1973.

HABERMAS, J. **Direito e democracia: entre factilidade e validade**. v, 2. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HALL, Stuart. “The work of representation”. In: HALL, Stuart (org.) **Representation. Cultural representation and cultural signifying practices.** London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997a.

HARAWAY, Donna Jeanne. Ciencia, cyborgs y mujeres: la reinvención de la naturaleza. v. 28. Universitat de València, 1995. _____. **Manifesto ciborgue: imagem e complexidade**. Prof. Oriana Duarte. Infodesign, 2009.

HARDT, M; NEGRI, A. Multitude, Nueva York, Penguin. In**: Multitud: guerra y democracia en la era del Imperio**. Barcelona: Debate, 2004.

HINE, C. **Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday**. London: Bloomsbury, 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv91983.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2018.

LATOUR, B**. Reagregando o Social. Uma introdução à teoria do Ator-Rede**. São Paulo: EDUFBA e EDUSC, 2012.

LATOUR, B.; JENSEN¥, P.; VENTURINI, T.; GRAUWIN¥, S., BOULLIER, D. The whole is always smaller than its parts: a digital test of Gabriel Tarde’s Monads. **British Journal of Sociology,** Vol. 63, n° 4, pp. 591-615, 2012.

LEFF, E. **Epistemologia ambiental.** São Paulo: Cortez, 2001.

LEITE JUNIOR, Jorge. Transitar para onde? Monstruosidade, (des)patologização, (in)segurança social e identidades transgêneras**. Revista Estudos Feministas**, ano 20, v.2, p. 559-568, 2011.

LEMOS, A.; COSTA, L. F. Um modelo de inclusão digital: o caso da cidade de Salvador. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación,** Vol. 8, n. 6, Sep. – Dic. 2005. Disponível em: < www.eptic.com.br>. Acesso em: 16 out. 2014.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Loyola, 1998.

LOBODA, C. R.; ANGELIS, B. L. D. de. Áreas verdes públicas urbanas: conceitos, usos e funções. **Ambiência**, v 01, n 01, 2005. Disponível em:< https://revistas.unicentro.br/index.php/ambiencia/article/view/157/185>. Acesso em: dezembro 2016.

MALINI, F. Um método perspectivista de análise de redes sociais: Cartografando topologias e temporalidades em rede. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 25., 2016, Goiânia. **Anais...** Campós: Goiânia, 2016. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/compos_malini_2016_3269.pdf>. Acesso em: 23 de maio de 2018.

MARCONDES FILHO, C. – O inferno do igual (coluna Ideias de Botequim), IN: **Revista Caros Amigos**, ano XVII, nº 207, p. 44. 2014.

MELUCCI, A. **A invenção do presente: movimentos sociais nas sociedades complexas.** Petrópolis: Vozes, 2001.

MIGUEL, Luís Felipe; BIROLI, Flávia. Teoria política feminista, hoje. In: MIGUEL, Luís Felipe; BIROLI, Flávia (Org.). **Teoria política feminista: textos centrais.** Vinhedo: Editora Horizonte, 2013.

MISKOLCI, Richard. Machos e" Brothers": uma etnografia sobre o armário em relações homoeróticas masculinas criadas online. **Estudos Feministas**, p. 301-324, 2013.

HARDT, M; NEGRI, A.Multitude. In: ***Multitud: guerra y democracia en la era del Imperio*****,** Barcelona: Debate.2002. *Imperio*, Buenos Aires: Paidós, 2002.

NOGUEIRA, M. A. **As ruas e a democracia: ensaios sobre o Brasil contemporâneo.** Brasília: Fundação Astrojildo Pereira, 2013.

OLIVEIRA, Marize Vieira de. Feminismo indígena. In. Buarque de Hollanda, Heloísa (org.). (2018). **Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade**. São Paulo: Companhia das Letras

OLSON, M. **The logic of collective action. Public Goods and the Theory of Groups,** 1965.

OSTROM, E. A Behavioral Approach to the Rational Choice Theory of Collective Action Presidential Address, American Political Science Association, 1998. **The American Political Science Review**, v. 92, n. 1, p 1-22, mar. 2018. 236

OSTROM, E. **Collective Action and the Evolution of Social Norms**, 2000.

PATEMAN, Carole. Críticas feministas à dicotomia público/privado. In: MIGUEL, Luís Felipe; BIROLI, Flávia. **Teoria política feminista: textos centrais**. Vinhedo: Editora Horizonte, 2013, p. 7-54.

PUTNAM, R. D. **Bowling Alone: The collapse and Revival of American Community**. New York: Simon e Schuster, 2000.

RECUERO, R. A **Conversação em Rede: comunicação mediada pelo computador**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RECUERO, R. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma**.** **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, v. 16, p. 60-77, 2014.

RECUERO, R. O Twitter como esfera pública: como foram descritos os candidatos durante os debates presidenciais do 2º turno de 2014? **Revista Brasileira de Linguistica Aplicada**, v. 16, p. 157-180, 2016.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, R.; BASTOS, M. T.; ZAGO, G. **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RHEINGOLD, H. **Multitudes inteligentes: la próxima revolución social**. Madrid: Gedisa, 2004.

SABATINE PELÚCIO, Larissa; PAIT, Heloísa; SABATINE, Thiago. **No emaranhado da rede: gênero, sexualidade e mídia–desafios teóricos e metodológicos do presente.** São Paulo: Annablume**,** p. 15-48, 2015.

SCHILING, V. **Grandes correntes do pensamento: da Grécia antiga ao neoliberalismo**. 2ª ed. Porto Alegre: Age, 1998.

SCOTT, J. **Social Network Analysis: A handbook.** 2. ed. New York: SAGE, 2001.

SCOTT, Joan. História das Mulheres. In. BURKE, Peter**. A Escrita da história: novas perspectivas.** (org) São Paulo: Editora UNESP, 1992.

SHIRKY, C. **Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations.** Londres: Penguin Books, 2008.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SOARES, F. B.; RECUERO, R. Opinião pública no Twitter: análise da indicação de Alexandre de Moraes ao STF**. Logeion**, v. 3, p. 18-34, 2017.

SOLANO, Esther; MANSO, Bruno Paes; NOVAES, Willian. **Mascarados: a verdadeira história dos adeptos da tática Black Bloc**. Geração Editorial, 2014.

SORJ, Bila. (2018). O movimento feminista e o “reencantamento” da política institucional: algumas anotações. Artigo apresentado na XXXVI International Congress of the Latin American Studies Association, **Anais...** Barcelona, Espanha, de 23 a 26 de maio de 2018.

TASCON, M. y QUINTANA, Y., 2012. **Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas**. Madrid: Libros la Catarata.

TILLY, C. **Regimes and Repertoires**. Chicago: The University of Chicago Press, 2006.

VENTURINI, Tommaso, and RICHARD Rogers. API-Based Research or How Can Digital Sociology and Digital Journalism Studies Learn from the Cambridge Analytica Affair. **Digital Journalism, Forthcoming.** 2019.

VERNANT, Jean-Pierre. **As origens do pensamento grego**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2013.

WASSERMAN, S.; FAUST, K**. Social Network Analysis: methods and aplications**. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

WATTS, D.; STROGATZ, S. Collective dynamics of ‘small-world’ networks. **Nature**, [S.l.], v. 393, p. 440-442, 1998.

WELLS, Tatiana. O ciberfeminismo nunca chegou à América Latina. **Labrys: estudos feministas**. 2005. Disponível em: <https://www.labrys.net.br/labrys7/cyber/tatiana.htm> . Acesso em 15 jan. 2017.

WILDING, Faith. **Notes on the political condition of cyberfeminism.** 1997. Disponível em: < https://www.obn.org/reading_room/writings/html/notes.html> . Acesso em: 23 jan. 2017.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA; Tomaz Tadeu (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Vozes, 2004, p. 7-72.

ZEIFERT, L. P. **A exclusão social na Grécia clássica e a postura dos sofistas: repercussões nos processos emancipatórios contemporâneos**. Ijuí: Unijuí, 2004.

APÊNDICE A – Glossário

Tendo em vista que este é um trabalho interdisciplinar e visando uma maior compreensão de seu conteúdo, é apresentado abaixo um glossário com os termos mais utilizados:

Ágora: Este era o nome atribuído às praças públicas na Grécia Antiga. Eram nelas que aconteciam as reuniões nas quais os atenienses discutiam assuntos relacionados à vida da cidade (pólis). Nessas reuniões, eles podiam decidir sobre diferentes temas como obras públicas, leis, cultura etc. Ademais, era um espaço público de debates para os cidadãos gregos. Os cidadãos votavam e decidiam por meio do voto direto. No entanto, cabe esclarecer que eram considerados cidadãos apenas aqueles que nasciam na cidade (Atenas) e cujos pais eram atenienses. Portanto, mulheres, crianças, estrangeiros e escravos não participavam da democracia grega. Apenas homens adultos e livres tinham este direito. Por isso que este trabalho faz alusão ao ambiente digital como sendo uma ágora pós-moderna, uma vez que teoricamente se trata de um espaço democrático e aberto a todos, mas que devido a questões sociais e econômicas, bem como de alfabetismo digital, é restrito a poucos.

Cluster: Trata-se de um conjunto de nós (ou nodos) fortemente conectado. Em termos sociais, são grupos de interesses comuns. São estruturas de afinidades. Perspectividades.

E-cidadão: Aquele que de modo ativo utiliza o ambiente digital para propor mudanças sociais, políticas ou culturais.

Grafo: Trata-se da representação gráfica de uma rede interativa. Ele pode ser: a) Direcional ou dirigido: quando um nó possui ligação com outro não necessariamente recíproca (ex: Instagram, Twitter); b) Não direcional ou não dirigido:

quando a ligação entre dois nós é necessariamente recíproca (ex: Facebook e LinkedIn).

Hashtag: Também conhecida como “tags”, é o uso do sinal tipográfico cerquilha (#) acompanhado de alguma expressão.

Laços (ties): Referem-se às conexões entre os atores (nós) de uma estrutura em rede.

Mineração: É a processo de explorar grandes quantidades de dados de modo a identificar padrões consistentes.

Nodos (ou nós): Os nodos são representados em uma rede por pontos. Já em sites de redes sociais, os nós representam o nome dos perfis.

Política identitária: Refere-se a posições políticas as quais estão baseadas em interesses e perspectivas por meio das quais os cidadãos se identificam. Elas procuram influenciar as ações de atores públicos e privados para que grupos sociais tenham reivindicações atendidas ou ainda ganhem uma maior visibilidade social.

Prosumer: Também conhecidos como prossumidores, são os usuários que são produtores e consumidores de informação dentro dos canais de comunicação digitais.

Tecnopolítica: Movimentos sociais tecnologicamente estruturados que saem do ambiente virtual e ganham o espaço físico, sendo muitas vezes este espaço as ruas.

Tweet: Denominação feita às publicações presentes no Twitter.

APÊNDICE B – Estudo de caso Parada do Orgulho LGBT de São Paulo 2018

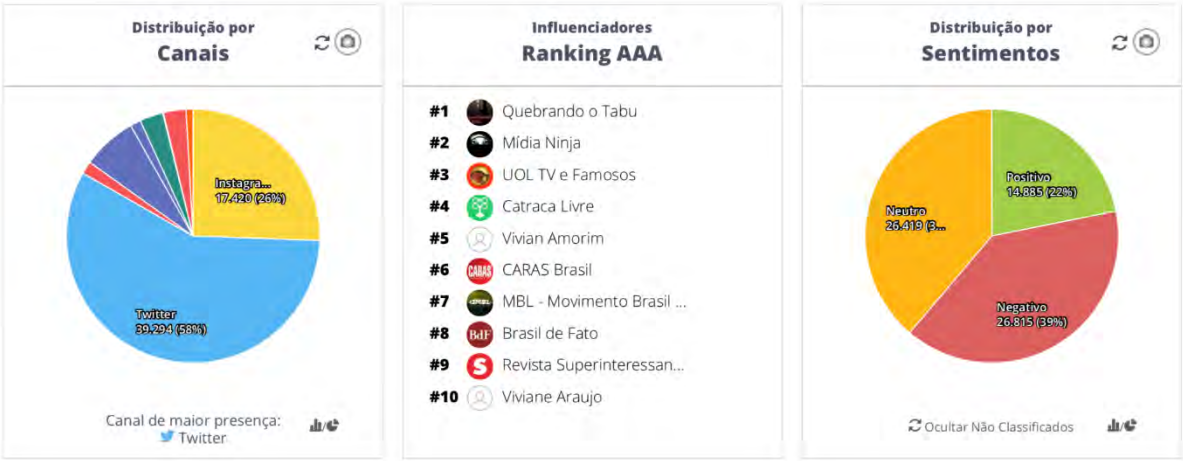
Dados referentes ao estudo de caso da Parada do Orgulho LGBT de São Paulo. Período analisado 30 de maio a 01 de agosto de 2018. Dados coletados e analisados por meio da ferramenta Stilingue. A figura 1 apresenta características dos dados coletados e as categorias estabelecidas pela ferramenta. Entre essas informações estão a quantidade total de publicações coletadas no período (68.119), o total de usuários envolvidos nas conversações (47.308), o alcance potencial das publicações (116.104.892 usuários) e o índice de sentimento (-18 pts, referente à queda de engajamento após o evento. Estão ainda presentes na figura 1 estão aspectos relacionados às publicações no decorrer do tempo.

A figura 2, por sua vez, traz informações referentes aos canais dos quais foram coletados os dados (com destaque para o Twitter e o Instagram), os perfis que mais publicaram sobre o tema e a distribuição dos sentimentos, que analisa as emoções dos usuários de acordo com a análise de conteúdo.

Figura 1 – Resumo dos dados coletados sobre a Parada do Orgulho LGBT

Fonte: Autoria própria.

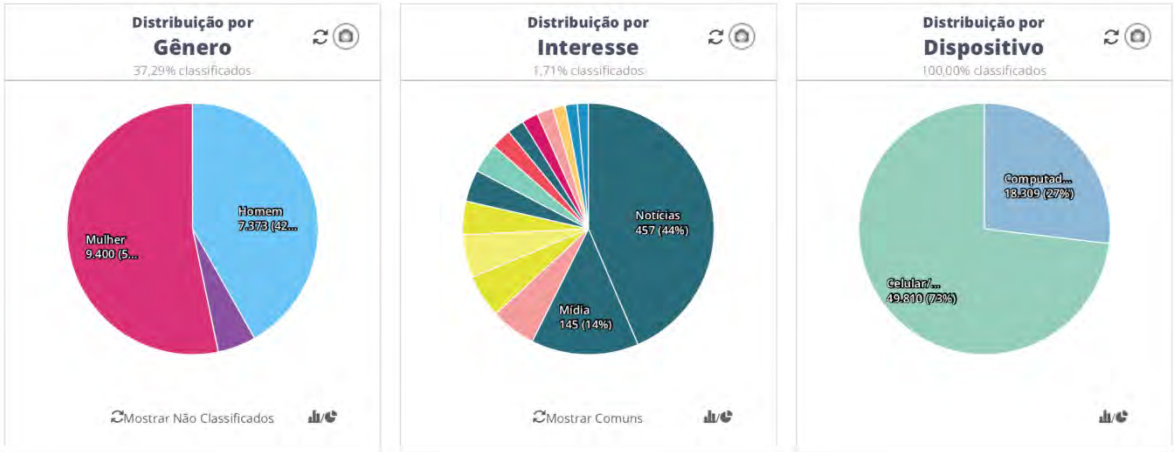
Figura 2 – Características das publicações em relação à distribuição por canais, os maiores publicadores no ambiente digital sobre o evento e a análise das emoções presentes nos conteúdos.



Fonte: Autoria própria.

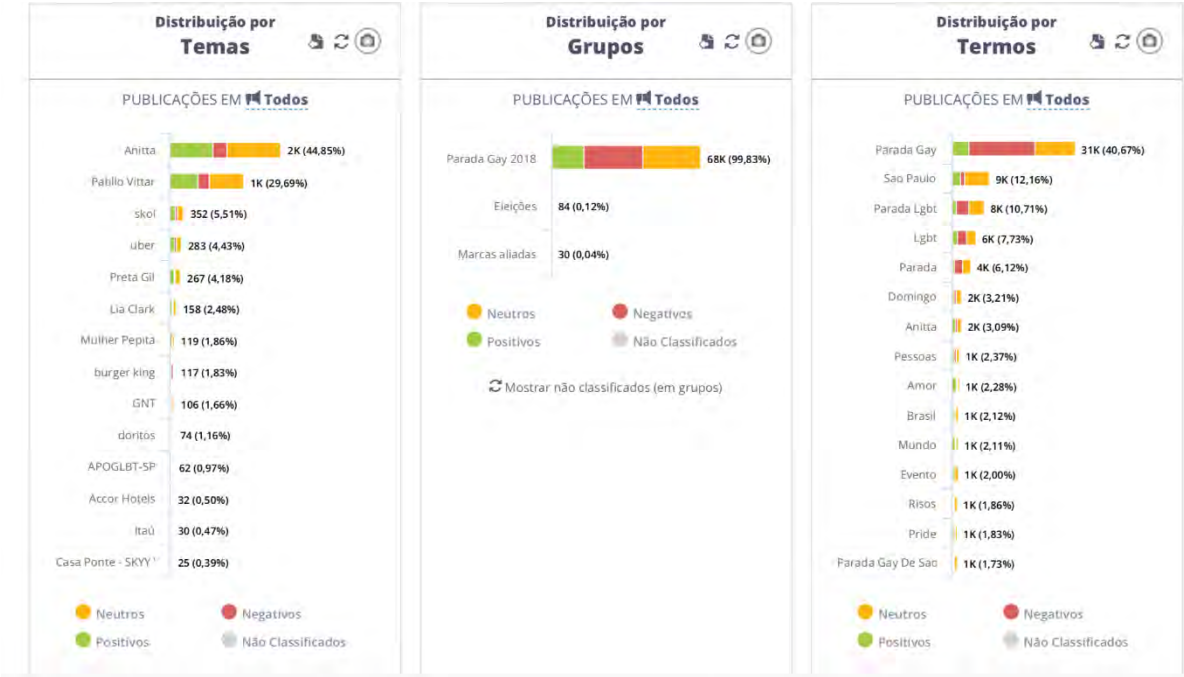
A figura 3, por sua vez, traz informações sobre quem são os publicadores (mulheres, homens e organizações), seus temas de interesse (neste caso, são notícias e mídia), bem como os dispositivos utilizados para essas publicações (que para o evento foram os smartphones.

Figura 3 – Aspectos sociais e tecnológicos referentes aos dados coletados na Parada do Orgulho LGBT+



Fonte: Autoria própria.

Figura 4 – Categorização dos dados de acordo com sua distribuição por temas, grupos e termos.



Fonte: Autoria própria.

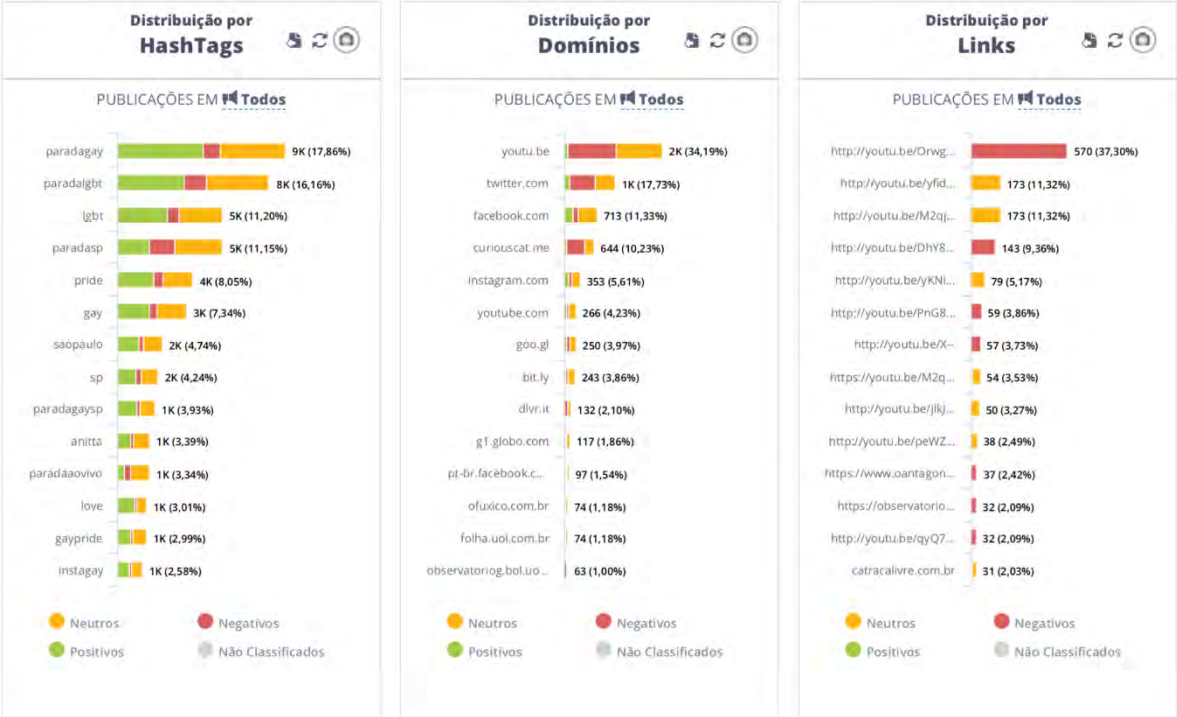
Este apêndice também traz na figura 4 informações referentes às categorias de temas elaboradas pela autora para o entendimento dos atores que teriam mais relevância no evento, como eles estavam distribuídos dentro dos grupos maiores de assuntos – sendo que as Eleições 2018 ficaram em segundo lugar em termos de volume dentro da amostra selecionada –; e a distribuição dos termos mais mencionados pelos usuários. A figura 5, por sua vez, observou aspectos referentes à geolocalização, os termos de busca mais utilizados pelos usuários e a separação dos termos por meio das tags.

Figura 5 – Informações referentes à base de dados sobre o evento a partir das regiões do país, buscas no ambiente digital e distribuição por tags.

Fonte: Autoria própria.

Por fim, está presente neste apêndice quais formam as hashtags mais utilizadas, os portais jornalísticos e sites de redes sociais de onde se originaram mais publicações e os links mais utilizados nos conteúdos.

Figura 6 – Hashtags mais utilizadas pelos usuários e informações sobre o conteúdo. .

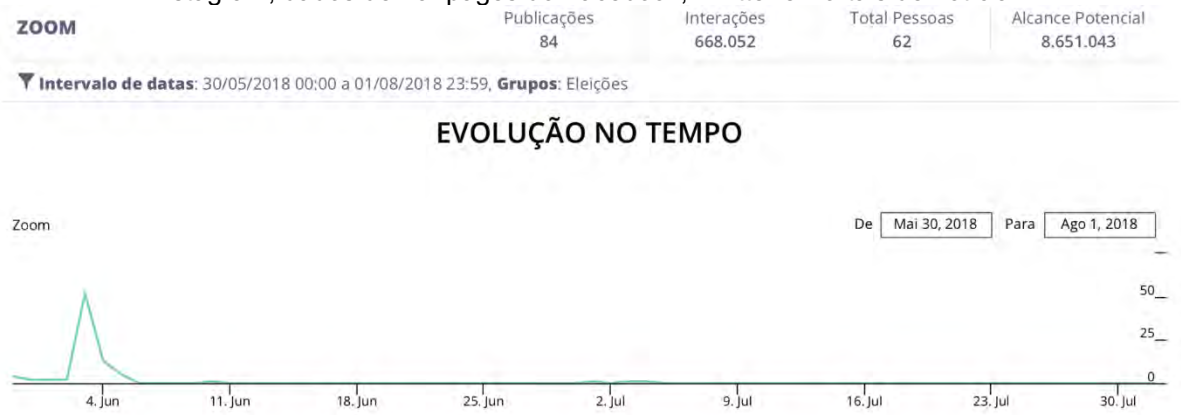


Fonte: Autoria própria.

APÊNDICE C – Estudo de caso das Eleições 2018

Recorte de dados referente às Eleições 2018 dentro do estudo de caso Parada do Orgulho LGBT. Período analisado 30 de maio a 01 de agosto de 2018. Dados coletados e analisados por meio da ferramenta Stilingue.

Figura 1 - Representatividade de dados frente às plataformas digitais. Da esquerda para a direita: Instagram, dados de Fanpages do Facebook, Twitter e Portais de notícia.



Fonte: Autoria própria.

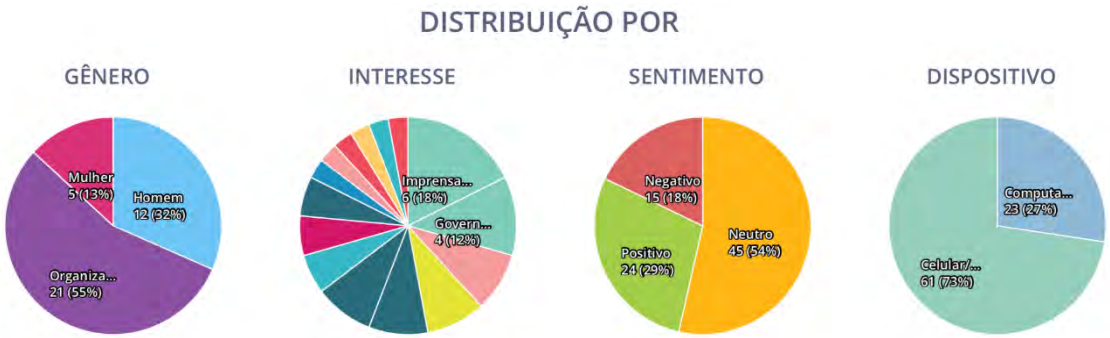
Considerando o recorte da pesquisa, tem-se que os sites de redes sociais mais relevantes para o evento no que tange às eleições foram o Instagram, o Facebook (mais precisamente as publicações de fanpages), o Twitter e os portais de notícias jornalísticas.

Figura 2 – Canais mais relevantes para a produção de conteúdo na amostra analisada. Autoria própria.

Fonte: Autoria própria.

Neste recorte, foram ainda consideradas as características dos principais publicadores quanto ao gênero (neste caso, os maiores publicadores foram as organizações, seguidos por homens e mulheres), cujo interesse era em assuntos relacionados à imprensa e ao Governo. Analisando-se as emoções presentes no conteúdo, percebe-se uma sentimentalização mais neutra, com poucas publicações negativas se comparadas ao total. A preferência dos usuários para as publicações dialoga com a base de dados total, sendo os celulares os dispositivos mais utilizados para publicação. A figura 3 resume essas informações.

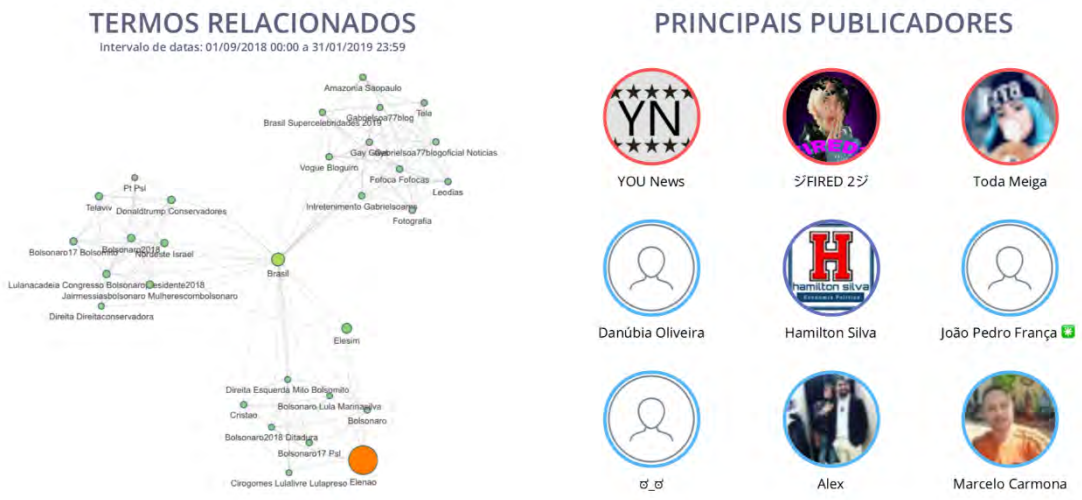
Figura 3 – Informações referentes a usuários e publicações na amostra. Autoria própria.



Fonte: Autoria própria.

A figura 4 apresenta elementos importantes para a amostra. À esquerda, estão os termos relacionados às Eleições 2018 encontrados na Parada do Orgulho LGBT, sendo que os termos mais relevantes no que tange ao aspecto político foram Diversidade, Nossa Voz, Respeito e PSOL (partido político). Os principais publicadores, por sua vez, eram portais jornalísticos, movimentos sociais políticos e candidatos.

Figura 4 – Temos relacionados à pesquisa na amostra e principais publicadores. Autoria própria.



Fonte: Autoria própria.

APÊNDICE D – Dados coletados sobre #Elenão e #EleSim

Dados coletados referentes aos termos #Elenão e #EleSim. Período analisado 01 de setembro de 2018 a 31 de janeiro de 2019. Dados coletados e analisados por meio da ferramenta Stilingue.

Figura 1 – Envolvimento dos usuários referente aos termos analisados no decorrer do período.

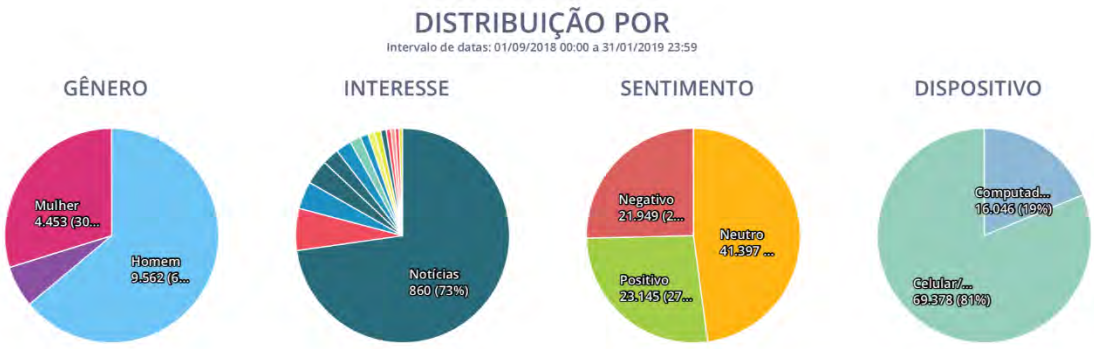
Fonte: Autoria própria.

Figura 2 - Representatividade de dados frente às plataformas digitais. Da esquerda para a direita: Instagram, Twitter, comentários públicos no Facebook, YouTube, comentários nos YouTube, portais de notícia, fanpages (Facebook), blogs, Tumblr, Google

Fonte: Autoria própria.

Tem-se ainda neste resumo as as características dos principais publicadores quanto ao gênero (neste caso, os maiores publicadores foram os homens, seguidos por mulheres e as organizações), cujo interesse era em assuntos relacionados a notícias. Analisando-se as emoções presentes no conteúdo, percebe-se uma sentimentalização mais neutra, com um empate técnico entre as publicações negativas e as positivas quando comparadas ao total. A preferência dos usuários permanece junto aos dispositivos móveis, sendo os mais utilizados para publicação. A figura 3 resume essas informações.

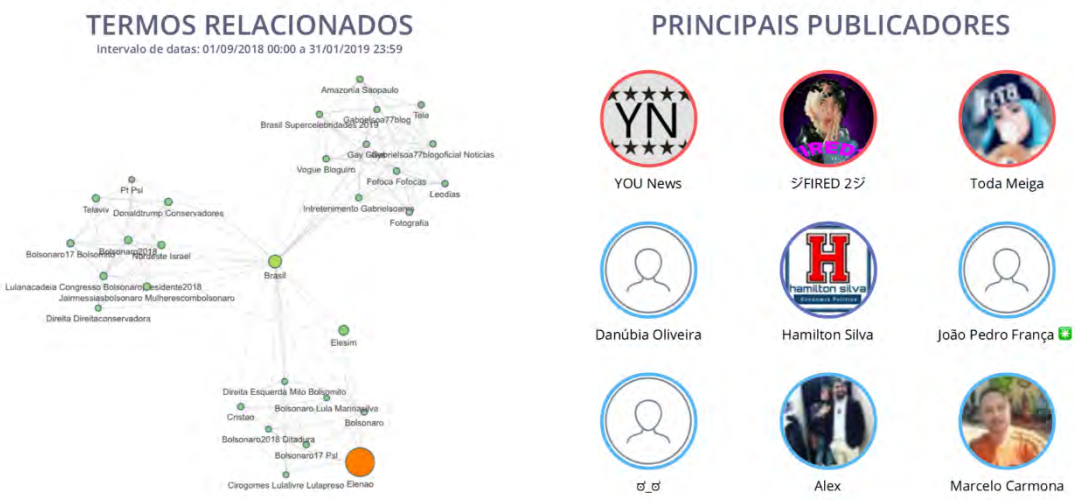
Figura 3 – Informações referentes a usuários e publicações quanto aos termos de pesquisa.



Fonte: Autoria própria.

Na figura 4, à esquerda, estão os termos relacionados às hashtags analisadas. Entre o aspecto mais interessante está o termo Brasil como conector entre os três clusters. Já com relação aos principais publicadores, tem-se usuários comuns, ou seja, não são influenciadores.

Figura 4 – Temos relacionados à pesquisa #EleNão e #EleSim e seus principais publicadores. .



Fonte: Autoria própria.

APÊNDICE E – Dados abertos de pesquisa

Seguindo os parâmetros mais recentes no tocante à disponibilização dos dados abertos de pesquisa, estão disponibilizados dos dados brutos desta pesquisa a partir deste link:

https://drive.google.com/open?id=1oX28FOevwXTM5NuYcZN-xW4c6bfwXehh.

A exceção são os dados referentes ao estudo de caso do Marco Civil da Internet, os quais foram perdidos em uma formatação de computador.