

# Do Facebook às ruas: comunidades em interação

**Luã Marcelo Muriana**

Instituto de Computação - UFF  
Niterói, RJ - Brasil  
lmuriana@ic.uff.br

**Cristiano Maciel**

Inst. de Computação - UFMT  
Cuiabá, MT - Brasil  
cmaciel@ufmt.br

**Ana Cristina Bicharra Garcia**

Instituto de Computação - UFF  
Niterói, RJ - Brasil  
bicharra@ic.uff.br

## ABSTRACT

*In June 2013, Brazil witnessed several manifestations different from anything previously seen, since president Collor's impeachment. However, there is a big difference: now they are organized in few days. With Facebook, physical and virtual communities spread fast and easily organize demonstrations. Popular mobilization for mutual concern issues, supported by technology, allowed the gathering of information by collective intelligence. The fanpage of the demonstration and that of the demonstration events in Facebook are studied in this paper, in order to analyze the interaction among users and to identify if this social networking can be considered a virtual community.*

**Keywords:** *Virtual Community. Demonstrations. Facebook. Social Interaction.*

## RESUMO

Em junho de 2013, o Brasil assistiu a uma série de manifestações que não se viam desde o *impeachment* do presidente Collor, com a diferença que as de hoje são organizadas em poucos dias. Com o uso da ferramenta Facebook, ficou simples e rápido para as comunidades físicas e virtuais divulgarem e organizarem os manifestos. A mobilização dessas pessoas em prol de assuntos de interesse comum, facultada pela tecnologia, permitiu-lhes arregimentar informações à inteligência coletiva. Serão objeto de apreciação neste estudo, que propõe-se a analisar a interação entre os usuários, bem como identificar se essa rede de relacionamento pode se comportar como uma Comunidade Virtual, as páginas de eventos de manifestações e *fan pages*.

**Palavras-chave:** Comunidade Virtual. Manifestações. Facebook. Interação social.

## INTRODUÇÃO

Em Junho de 2013, o Brasil viveu a chamada Revolução dos 20 centavos, como muitos denominaram as manifestações que ocorreram por todo o país, em que o estopim foi o aumento das passagens de ônibus na cidade de São Paulo, que provocou passeatas, violência da polícia e ampla divulgação dos protestos pelos diversos meios de

comunicação. Em ritmo acelerado, a utilização de ferramentas da web 2.0, como o Facebook, foi crucial para dar suporte à organização das convocações e angariar o apoio estrangeiro aos cidadãos brasileiros. “Dia 17 de junho foi um marco para a nova geração, ‘O Gigante Acordou’! No Rio de Janeiro foram mais de 100 mil pessoas para as ruas, em São Paulo, 65 mil, em Maceió saíram às ruas cerca de 3 mil pessoas, em Brasília os manifestantes invadiram o Congresso Nacional” [14].

Apesar da estranheza que tais clamores causem a alguns, não é de hoje que os cidadãos de todo o mundo fazem manifestações. [14] cita como exemplos o Movimento Negro nos Estados Unidos em 1964, a queda do Muro de Berlim em 1989, o Apartheid em 1992; e no Brasil a Diretas Já em 1984, o Impeachment de Collor em 1992 e a Revolta da Vacina em 1904. O que esses movimentos tem em comum? Juntos, eles reuniram milhares de pessoas para reivindicar melhorias, fossem elas por direitos civis e igualdade para os negros (Movimento Negro), fossem elas para derrubar o presidente de um país (Impeachment do Collor).

Porém, é na forma de organização que reside a grande diferença entre as manifestações de outrora e os movimentos ocorridos no Brasil durante o mês de junho de 2013. Segundo fontes idôneas, como [18], [19] e outros documentos históricos, a manifestação de centenas de jovens de caras pintadas que foram às ruas pedir a queda do presidente Collor, conhecida como o Movimento dos Caras Pintadas, começou a ser delineada três meses antes de ganhar as ruas. Eram mais de 10.000 estudantes, a maioria deles de colégios da rede privada, convocados pela União Brasileira de Estudantes Secundaristas através de 50.000 panfletos e 20.000 cartazes em que se lia “Anos Rebeldes, próximo capítulo: Fora Collor, Impeachment Já”.

Embora ambas comunguem com ideias de mudanças, as recentes manifestações, ao contrário do Movimento dos Caras Pintadas, levaram apenas alguns dias para serem organizadas e reunirem milhares de pessoas, graças ao avanço das tecnologias e da web 2.0 e suas mídias sociais. Para [14], “os jovens saíram da internet e a usam para o bem, a fim de propagar a velocidade da informação. Reuniões estão sendo marcadas, marchas sendo combinadas e ideias sendo amadurecidas”. Já [21] afirma que muitas formas de sociabilidade são decorrentes de interesses mútuos, que conduzem estes jovens às atitudes sociais. Com os meios eletrônicos ao seu dispor, as pessoas

passaram a receber e a interpretar a linguagem verbal ou não verbal por meio das mídias [21].

Em se tratando de *softwares* sociais como Facebook, Twitter e Google +, as formas de interação social observadas são as mais diversas. [5] afirma que o uso do Facebook, por exemplo, aumenta muito quando uma comunidade é subitamente confrontada com uma situação de emergência ou crise inesperada. Isso pode ser percebido pela profusão de postagens sobre um mesmo tema nos perfis dos usuários do Facebook (cada qual com o seu modo de expressão), ou do agendamento/organização de eventos (manifestações) nacionais e internacionais nas diversas páginas das *fan pages*, como a Anonymous, por exemplo.

Essas páginas e postagens permitem, segundo [5], a percepção situacional, que é a faculdade que o indivíduo possui de apreender o que acontece em seu entorno a fim de entender como a informação, eventos e suas próprias ações vão afetar os acontecimentos futuros ou em andamento. Para que a percepção situacional ocorra, a interação social é fundamental. Com base nessa regra, [5] afirma que “as pessoas que trabalham em conjunto também desenvolvem várias estratégias para coordenar seu trabalho com base na percepção atualizada do que os outros estão fazendo”.

Para [21], a interação social está relacionada ao universo simbólico da linguagem, verbal ou não, sendo o elemento principal de interação no mundo, estando à disposição de todas as idades. Para a autora, essa interação ocorre à medida que os indivíduos partilham entre si o senso comum e o reconhecimento mútuo que estão no seu arsenal sociocultural, apesar de não partilharem seu conhecimento da mesma forma com todos.

Assim, a interação social, que é a base para a percepção situacional, pode gerar a inteligência coletiva nesses ambientes. Segundo [4], Inteligência Coletiva (IC) significa grupos de indivíduos fazendo coisas coletivamente que parecem inteligentes. No contexto de comunidade virtuais e/ou do Facebook, a IC pode ser deduzida das informações obtidas nas postagens dos usuários, os quais podem levar à tomada de uma decisão.

Considerando as interações sociais ocorridas no Facebook, é objetivo deste trabalho empreender a análise quantitativa de três páginas de eventos de organização de manifestos e de duas *fan pages*, a fim de identificar o potencial desses ambientes para interação entre indivíduos pertencentes a comunidades. Como forma de interação, contabilizou-se o número de curtidas, compartilhamentos e comentários que cada postagem das páginas escolhidas recebeu em dado período de tempo. Além disso, por meio de análises, buscase indicativos de que as informações compartilhadas possam ser úteis para gerar novos conhecimentos, como a Inteligência Coletiva.

Para a estrutura do artigo adotou-se a seguinte organização: a seção 2 apresenta o referencial teórico acerca da temática; a metodologia adotada para a coleta dos dados e os

resultados obtidos são apresentados na seção 3; já os resultados são analisados na quarta seção; na sequência encontram-se as limitações deste estudo; e por fim, são feitas as considerações finais.

## REFERENCIAL TEÓRICO

### Comunicação via *Softwares* Sociais

No final de 2008, a cobertura da visita de um político à Universidade Tecnológica de Nanyang, em Cingapura, foi censurada na mídia, provocando protesto. Os estudantes, insatisfeitos com a repentina perda de controle de um importante meio de comunicação, recorreram à mídia *on-line* para organizar um protesto *off-line* contra essa censura. [13] fizeram uma análise deste caso de mobilização política através da internet, com ênfase particular nas redes sociais.

O estudo adotou entrevistas face a face para entender como os organizadores do protesto e os participantes utilizaram as diferentes mídias para realizar o evento. Foram levantadas questões a respeito da importância de algumas características específicas do Facebook para os ativistas a fim de descobrir quais características contribuíram de fato para a realização do protesto.

Alguns entrevistados ressaltaram que o Facebook não é a ferramenta ideal para propagar ideias. Opiniões importantes foram observadas, tais quais:

a. *“I don’t think Facebook is a quality comment thing. People go there just for fun. TOC (The Online Citizen blog) is a serious issue thing. So I left my post on TOC”*. [Estudante Masculino, 26 anos].

b. *“I still think forums... they’re the best. Because when you think about it, Facebook, it’s like groups. So people who are invited to the group, who join the group, usually follow the group’s agenda already. There’s no varying viewpoint. In forums, people will join and they will shoot their opinion on it. They’re not obliged to follow the group”*. [Participante Feminina, 21 anos].

A necessidade de uma plataforma mais séria e com pessoas mais engajadas para a luta social se revelou durante os estudos realizados.

Já [11] estudaram quais as propriedades que uma discussão *on-line* deve possuir para ser interessante. O estudo destes autores parte do princípio de que pessoas participam de conversações quando julgam o tema interessante, ou leem comentários de pessoas conhecidas e/ou observam uma discussão em andamento entre duas ou mais pessoas. A ideia fundamental era analisar a comunicação social que se desprende a partir, por exemplo, de um vídeo no YouTube. É notado que geralmente as pessoas retornam para um vídeo já visto para reagir aos comentários de outros usuários, e não para assistir ao vídeo por inteiro novamente. Com o estudo, os autores concluíram: pessoas que se encontram em uma discussão que julgam interessante tendem a participar em futuras novas discussões; pessoas

tendem a procurar novos debates com temas relacionados aos que já participam; se o tema é interessante este deve lentamente proliferar-se para outras discussões.

O estudo de [12] foi motivado pela seguinte questão: que fatores influenciam na participação individual em conversas de mídias sociais? Discussões geradas a partir de conteúdo postado por usuários são cruciais para a experiência de *sites* como Facebook, YouTube e Flickr. Tentar entender a motivação das pessoas para participar dessas discussões tem um impacto significativo em questões comerciais e experimentais de análise de mídias.

A aproximação dos autores foi de primeiramente identificar aspectos chave das conversas em mídias sociais. Esses aspectos incluem fatores intrínsecos (consciência social, características e contexto da comunidade, reputação do motivador do debate) e extrínsecos (contexto da mídia). Os resultados alcançados mostraram que os fatores que influenciam na participação dos usuários dependem do tipo da mídia. Munidos destes resultados e de um conjunto de dados de alguns *sites* sociais famosos, os autores levantaram um conjunto de hipóteses que preveem a participação coletiva nesses *sites*:

- Hipótese 1: o grau de participação em uma conversa é afetado pelo grau de consciência social dos participantes envolvidos, incluindo a familiaridade destes com os outros participantes da conversa, *feedback* dos demais e diálogo mútuo;
- Hipótese 2: a participação coletiva em uma mídia social é afetada pelas características do contexto da comunidade, incluindo seu tamanho, o quão ativo e coeso os membros são e em qual grau estes são mantidos ativos no decorrer do tempo;
- Hipótese 3: a participação coletiva em uma mídia social é afetada pela reputação do criador do objeto de mídia compartilhado, incluindo seu grau de participação na criação da mídia e sua autoridade no contexto da comunidade;
- Hipótese 4: a participação coletiva em uma mídia social está relacionada com os dados a respeito do objeto compartilhado, tais como sua classificação (*ratings*), número de visualizações, *tags*, data de envio;
- Hipótese 5: a conversação em si afeta a participação em uma mídia social. As propriedades das conversas geradas e o quão interessantes elas soam para os usuários acabam impactando na vida da rede.

Sendo as manifestações apoiadas pelo uso da web social um episódio recente no Brasil, não foram encontrados trabalhos relacionados a elas. Todavia, notícias jornalísticas também serviram de insumo para reflexões e fonte de dados.

Sabe-se que por meio da participação coletiva, que ocorre nos *sites* da web social, pode haver a disseminação de

conhecimentos e informações, podendo gerar o que se chama de inteligência coletiva.

### **Inteligência coletiva**

Inteligência Coletiva, segundo [4], significa grupos de indivíduos fazendo coisas aparentemente inteligentes em coletividade. O termo inteligência coletiva não é um fenômeno novo e já está presente em outras áreas da ciência como engenharia e biologia, por exemplo [3]. A comunicação pode ser considerada como uma atividade fundamental para que esse grupos compartilhem conhecimentos. Embora ela não ocorra de forma presencial, ela deve ser incentivada e facilitada em ambientes nos quais esses grupos de usuários estão interagindo, uma vez que um dos problemas existentes na inteligência coletiva é a dificuldade de comunicação e, por consequência, o entendimento da informação [2].

Comunidades virtuais que utilizam a inteligência coletiva como fonte do conhecimento possuem diversas características que, na opinião de [1] e [2], merecem destaque as seguintes: a diversidade de opinião entre participantes do grupo, as ferramentas existentes que apoiam o compartilhamento de conhecimento, a independência dos participantes e a descentralização, que está ligada ao desenvolvimento distribuído de *software*.

Inteligência coletiva tem recebido um novo significado nos últimos anos, especialmente com o avanço das aplicações da web 2.0. A difusão dessas simples e fáceis tecnologias permitem a interação entre os usuários [3]. Atualmente, as contribuições dos usuários são tratadas como fatores valiosos para a inteligência coletiva. Usuários são encorajados a contribuir com seu próprio conteúdo, interagir com outros participantes e trocar conhecimento [2]. Essas trocas de conhecimentos e interação entre participantes são, principalmente, percebidas na web social.

### **Web social – comunidade virtuais**

Comunidade virtuais, segundo [7], são uma extensão das comunidades do mundo real, contudo, não há relação direta com a localização geográfica dos membros envolvidos, mas a união de interesses em comum. Para [10], comunidades virtuais permitem e apoiam a comunicação entre pessoas que estão em diferentes localidades e em horários diferentes. [9] define uma comunidade virtual como um grupo de pessoas interagindo predominantemente em um *cyberspace* para seus próprios interesses, para construção de relacionamentos, transações e fantasias.

[8 *apud* 7] diz que uma comunidade virtual deve conter quatro elementos: a definição clara do grupo, a interação entre os membros, a ligação entre membros e a troca de informação em um local comum. Com base nesta proposição, pode-se dizer que algumas redes sociais, como o Facebook, estruturam-se como comunidades virtuais.

Redes Sociais são sistemas de informação disponíveis *on-line* que se tem desenvolvido amplamente, nos quais muitas

peças se relacionam e trocam informações, de diferentes partes do mundo. Atualmente, há diversas redes sociais disponíveis, cada qual com suas peculiaridades e finalidades [20], sendo o Facebook uma das mais utilizadas.

O Facebook é uma rede social em que os usuários podem compartilhar fotos e vídeos, conversar com amigos, publicar o que estão fazendo, curtir as postagens uns dos outros, jogar, e ainda realizar diversas outras atividades. Em nota publicada no *site* Folha de S. Paulo [15], a rede social já possui 1 bilhão de usuários. Segundo o jornal, o *site* recebe 2,7 bilhões de “curtir”, 300 milhões de fotos e 2,5 bilhões de atualizações de *status* por dia – estas cifras nos dão a dimensão do intenso fluxo de informações passantes nessa rede

O Facebook apresenta diversas funcionalidades, entre elas, podemos destacar a criação de *fan pages* e páginas de organização de eventos. Uma *fan page* se assemelha muito ao perfil de um usuário do Facebook, com a diferença que não existe solicitação de amizade; nela os participantes do Facebook simplesmente “Curtem” a página e, em decorrência desta ação, passam a receber atualizações em seu *feed*. Ainda é possível que os participantes dessas *fan pages* interajam com a página da mesma forma que fazem com um amigo dessa rede social.

Já uma página de organização de evento destina-se a marcar determinado evento. Seus organizadores podem entrar com a descrição do evento, marcar a data, horário e local, e enviar o convite do evento a seus amigos. Os convidados para o evento têm três opções de resposta: ‘aceitar’, ‘recusar’ e ‘talvez’ (para indicar dúvida quanto ao comparecimento ao evento). A partir do momento que o usuário confirma a participação no evento, ele passa a receber todas as notificações de acontecimentos da página do evento, podendo, caso deseje, interagir com os demais usuários.

A interação social pode ocorrer de diversas formas e, entre elas, [6] destaca seis meios de como realizá-la: face a face, telefone, videoconferência, bate-papo, *e-mail* e carta. No âmbito do Facebook, como este é o meio em que a interação social ocorre, o destaque é para a forma como a interação pode ser exercida: curtir uma postagem, compartilhar uma postagem, comentar uma postagem, escrever uma postagem ou mensagens (bate-papo) para alguém.

### PREPARAÇÃO DO CENÁRIO DE ESTUDO

Uma análise quantitativa das postagens foi realizada, de forma que fosse possível não só identificar os assuntos que causaram maiores interações, como levantar o atendimento mínimo de alguns requisitos durante essas interações tais como o fornecimento de informações em nível de inteligência coletiva e a aptidão para ser uma comunidade virtual (*fan page* e página de evento).

Para análise das postagens foram selecionadas três páginas de eventos e duas *fan pages*. Respalda a escolha desse *corpus* o fato de as duas estruturas do Facebook possuírem propósitos diferentes, como os descritos na subseção “Web Social – comunidade virtuais”.

Os eventos analisados foram de manifestações que ocorreram respectivamente em Brasília, Rio de Janeiro e Londres na Inglaterra.

- “Ato de repúdio ao aumento do custo de vida”<sup>1</sup>. Dia 26/06/2013 às 7h. Local: Rio de Janeiro;
- “Quinta-feira será maior! Ato Nacional contra...”<sup>2</sup> Dia 20/06/2013 às 17h. Local: Brasília;
- “Manifestation supporting the protesters in Brazil against the abusive transportation fares – London”<sup>3</sup>. 18/06/2013 às 17h. Local: Londres.

A escolha por Brasília e Rio de Janeiro se justifica por serem cidades populosas e de importância no cenário nacional, e por terem sido palco de acontecimentos históricos durante os manifestos ocorridos, como a tomada do Congresso Nacional e a adesão maciça dos cariocas às convocações protestativas. Num processo de escolha aleatória, Londres foi a cidade eleita para perceber se há conexão entre as interações que ocorrem entre os brasileiros que vivem no Brasil e os que vivem no exterior. Convém ressaltar que houve o desejo de analisar algum evento da cidade de São Paulo, local onde as manifestações iniciaram-se, porém todas as páginas relacionadas a esses eventos não estavam mais disponíveis.

Quanto às *fan pages*, optou-se por analisar duas páginas da linhagem Anonymous: Anonymous Brasil e Anonymous Rio. A escolha dessas páginas deve-se à própria definição desse grupo: “Anonymous é uma ideia de mudança, um desejo de renovação. Somos uma ideia de um mundo onde a corrupção não exista, onde a liberdade de expressão não seja apenas uma promessa, e onde as pessoas não tenham que morrer lutando por seus direitos” [22]. Segundo afirmação deste grupo de usuários, eles possuem o poder de produzir, distribuir e trocar informações e para isso querem um debate honesto, com todos aqueles que, assim como nós, compartilham desse desejo de mudança. Em termos de abrangência, a escolha natural foi a Anonymous Brasil e, no quesito importância dentro do cenário nacional, optou-se pela Anonymous Rio.

Para esse estudo 1.414 postagens foram analisadas, sendo 1.329 oriundas de 3 páginas distintas de evento e 85 de postagens de *fan pages*. Nas páginas de evento, não foram considerados as postagens de confirmação de participação no evento.

---

<sup>1</sup> <https://www.facebook.com/events/504106012976017>

<sup>2</sup> <https://www.facebook.com/events/141852469345427/?ref=2>

<sup>3</sup> <https://www.facebook.com/events/183382041822867/>

	Copresença	Visibilidade	Auditabilidade	Cotemporabilidade	Simultaneidade	Sequencialidade	Examinabilidade	Revisibilidade
Face a Face	X	X	X	X	X	X		
Telefone			X	X	X	X		
Videoconferência		X	X	X	X	X		
Bate-papo				X	X	X	X	X
E-mail			X				X	
Carta							X	X

**Tabela 1. Características alcançadas em cada forma de interação social.**

As postagens analisadas referem-se a diferentes períodos do mês de junho de 2013, em razão da ocorrência das maiores concentrações de manifestações em território nacional e em diversos outros países. Para os eventos escolhidos, analisaram-se as postagens do dia anterior à data marcada para a realização do evento até o dia seguinte ao da manifestação, totalizando aproximadamente 48h de postagens analisadas. Já para o Anonymous Brasil<sup>4</sup>, o período foi de 13 a 30 de junho e para o Anonymous Rio<sup>5</sup>, de 1 a 30 de junho.

A análise das postagens foi feita manualmente, uma vez que somente administradores dessas páginas possuem dados mais compilados. Além disso, por mais que haja APIs (*Application Programming Interface*) capazes de obter algumas informações do Facebook, não é possível extrair o assunto central de cada postagem. Para cada postagem foi identificado o seu assunto central e coletado o número de curtidas, compartilhamento e comentários. Caso algum assunto se repetisse, o número de curtidas, compartilhamento e comentários eram acrescidos com a quantidade da nova postagem. Ao final da análise de cada página fez-se o cruzamento dos assuntos abordados na postagem e a quantidade de cada postagem, gerando-se posteriormente uma tabela com as seguintes colunas: número de curtidas, compartilhamento e comentários. Com os dados tabelados foi possível identificar quais foram os assuntos mais abordados e quais geraram mais interações. Essas tabelas encontram-se no final deste artigo.

Para este estudo, considerou-se o “curtir”, “compartilhar” e “comentar”. Segundo [6], essas formas de interação possuem características que são dependentes da interação existente entre duas ou mais pessoas. Na Tabela 1 (adaptada de [6]) podem ser vistas, além das diversas formas de interação, as características que elas possuem, como relacionadas a seguir.

- Copresença implica acesso aos mesmos artefatos para dar suporte à conversação. A copresença também implica referência e contexto compartilhados;
- Contemporabilidade leva ao entendimento do mesmo contexto ‘circadiano’ (os participantes sabem se é ou não de manhã, se é hora do almoço);
- Visibilidade e auditabilidade fornecem ‘pistas ricas’ para a situação;
- Simultaneidade e sequencialidade ajudam o usuário a lembrar do contexto da elocução anterior enquanto está recebendo a atual;
- Examinabilidade e revisabilidade são maneiras pelas quais as pessoas podem examinar e revisar cuidadosamente o que elas querem dizer, bem como ter a oportunidade de dar sentido àquilo que está sendo comunicado a elas.

No Facebook, pode-se perceber que algumas dessas características estão presentes: a contemporabilidade está presente por meio do indicador de tempo que as postagens e comentários possuem (‘duas horas atrás’, ‘ontem’, ‘há poucos segundos’); a visibilidade e auditabilidade se mostram nas atualizações de *status* e nas vezes em que um usuário “curte”, “compartilha” ou “comenta” alguma postagem; a simultaneidade e sequencialidade são percebidas nas sequências de comentários de uma postagem; a examinabilidade está na condição de os usuários poderem examinar aquilo com que desejam interagir ou postar; por fim, a revisabilidade parcial, na permissão de edição de comentários das postagens, mas não da postagem principal em si.

A seguir são apresentados os resultados obtidos neste cenário de estudo.

## RESULTADOS

A análise das 1.414 postagens permitiu a identificação dos mais diversos assuntos. A grande maioria está relacionada à

<sup>4</sup> <https://www.facebook.com/AnonBRNews>

<sup>5</sup> <https://www.facebook.com/anonymousoio>

política de modo geral, à violência dos policiais e aos assuntos que repercutiram durante os dias dos manifestos, como a PEC 37 e a Cura Gay. Na Tabela 2 são apresentadas as quantidades de assuntos detectados e a quantidade de postagens de cada página.

Nas Tabelas 3, 4, 5, 6 e 7 apresentadas mais adiante, são relacionados os assuntos mais “curtidos”, ou seja, os que promoveram maior interação em cada página analisada. O número entre parênteses ao lado de cada assunto significa a quantidade de postagens que aborda esse mesmo assunto.

Página analisada	Quantidade de assuntos	Quantidade de postagens
Evento em Brasília	83	519
Evento no Rio de Janeiro	56	266
Evento em Londres	51	544
Anonymous Rio	11	68
Anonymous Brasil	36	17

**Tabela 2. Quantidade de assuntos e postagens analisadas**

Nas Tabelas 8, 9, 10, 11 e 12 foram relacionados os assuntos mais comentados. Caso se considere o número de comentários para ordenar os assuntos com maior número de interações, os resultados das tabelas de 3 a 7 são alterados.

Como pode ser visto, as postagens relacionadas às páginas de eventos não obtiveram nenhum compartilhamento. Vale destacar que:

- Na página do evento de Brasília, 13.526 usuários do Facebook confirmaram presença no evento. No entanto, segundo [16], houve entre 35 e 40 mil manifestantes presentes no evento;
- Na página do evento do Rio de Janeiro, 9.127 usuários confirmaram presença no evento. O número real de participantes dessa manifestação não foi obtido;
- Em Londres, segundo [19], aproximadamente 1,5 mil cidadãos participaram do manifesto, enquanto que a página do evento no Facebook possui 8.537 confirmações de presença.

Quanto as páginas Anonymous Rio e Anonymous Brasil, eles possuem aproximadamente 160 mil e 216 mil, respectivamente, de usuários do Facebook seguindo as páginas, ou usuários que “curtiram” as páginas.

## ANÁLISE DOS RESULTADOS

Como pode ser depreendido dos resultados anteriores, nem os eventos, nem as *fan pages* possuem um foco único em comum. De certa forma, isso é um reflexo do que ocorreu na prática. Ou seja, embora o aumento de R\$ 0,20 nas passagens de ônibus na cidade de São Paulo tenha sido o gatilho dos recentes manifestos, em realidade não constitui o foco. Com o passar dos dias, viu-se que diversos outros

problemas motivaram novos protestos relativamente à qualidade dos serviços públicos prestados à população. A ausência de foco aludida pode ser vista na Tabela 2, a qual mostra a quantidade de assuntos tratados em cada página. Este assunto foi um dos mais discutidos nas páginas dos eventos: no de Londres foram apuradas 2 postagens pedindo foco no manifesto; e no de Brasília contabilizou-se 8 postagens, as quais receberam 26 curtidas e 8 comentários.

Os resultados apresentados na Tabela 2 revelam uma diferença entre a quantidade de assuntos tratados nas páginas de eventos e nas de *fan page*, possivelmente por serem páginas com finalidades distintas. Além disso, para as manifestações, cada cidadão possui uma forma diferente de ver os fatos e diferentes formas de expressá-los, o que [6] explica ser consequência dos diferentes comportamentos das pessoas. Portanto, outra explicação plausível para esse contraste de quantidade de assuntos levantados nas páginas dos eventos.

Comparando as postagens dos eventos do Brasil com o evento de Londres, nota-se uma grande diferença de assuntos: enquanto os brasileiros residentes no Brasil preferiram o debate em torno de assuntos como a violência policial, a PEC 37 e a desorganização do evento; os brasileiros residentes em Londres interagiram expressando o desejo de participar do evento e/ou afirmando o orgulho de ter participado do mesmo. Esta postura leva-nos a uma reflexão sobre patriotismo, uma vez que os brasileiros que estão no exterior demonstraram apoio aos manifestos que ocorreram no Brasil.

A quantidade de interações ocorridas nessas páginas também chamou atenção. Em três páginas de eventos analisadas, as postagens foram curtidas 2.371 vezes, enquanto as postagens das *fan pages* conseguiram 64.639. O mesmo ocorre com as quantidades de comentários: as postagens dos eventos foram comentadas 1.572 vezes e as da *fan pages* 11.258. Quanto aos compartilhamentos, as postagens dos eventos não foram compartilhadas nenhuma vez, por outro lado, as postagens das *fan pages* foram compartilhadas 67.021 vezes.

Essas diferenças talvez ocorram pelos seguintes motivos:

- As *fan pages* têm uma alcançabilidade maior que as páginas de eventos. Qualquer um pode curtir a *fan page* e assim passar a interagir com ela; em contrapartida, os eventos só permitem que o usuário receba notificações após confirmação da presença no evento. Além disso, a alcançabilidade das *fan pages* talvez seja favorecida pelo fato de essas páginas serem mais bem organizadas administrativamente do que as páginas de eventos;

- As *fan pages* e as páginas de eventos possuem número de participantes diferentes, como já mencionado anteriormente;
- As *fan pages* analisadas foram criadas há muito mais tempo que as páginas de eventos e, por esse motivo, conseguiram alcançar uma boa reputação, mesmo que não se saiba quem são os responsáveis por elas.

Um problema constatado durante a análise das postagens do evento do Rio de Janeiro também serve de indicativo para mostrar porque as *fan pages* propiciam mais interações que as demais páginas analisadas: há certa falta de organização desses eventos via Facebook.

Como a descrição do evento no Rio de Janeiro não estava clara, diversos usuários escreveram pedindo confirmação do horário do evento, totalizando 36 postagens com 37 curtidas e 150 comentários. Houve muitos pedidos de alteração da descrição do evento, mas o Facebook não permite tal funcionalidade quando o evento já está criado. Essa limitação gerou diversas críticas por parte dos organizadores dos eventos no Facebook.

Como levantado por [12], as cinco hipóteses refletem as diferenças de interações entre os usuários das páginas de eventos e das *fan pages*, principalmente as hipóteses 2 e 3. Tais hipóteses deixam claro que o número de participantes, bem como a organização existente nas *fan pages*, influenciam na participação dos usuários.

Uma dado curioso observado nos resultados apresentados, refere-se à não relação entre o número de postagens de um mesmo assunto e o número de interações dos usuários. Para exemplo desse descompasso, tomemos as Tabelas 6 e 9: quando o assunto foi “pedido de confirmação do horário da manifestação”, houve 36 postagens, 37 curtidas e 150 comentários. Já o assunto “cura gay”, com apenas 2 postagens, obteve 39 curtidas e 67 comentários. Essas diferenças demonstram indícios de que as interações tendem a ser maiores quando o assunto debatido é algo recente e alvo de fortes críticas, como era o caso da polêmica Cura Gay.

Assim, percebe-se que as páginas de eventos do Facebook são muito mais para divulgação (apesar dos problemas de organização) do que para fins interativos com padrão crítico e inteligente. Se observarmos as informações postadas nas *fan pages* que atuaram como formação da inteligência coletiva, como mostra a Figura 1, fica clara a importância que esses ambientes possuem na socialização de informações. Na referida ilustração, vemos um pedido de informação sobre detidos que gerou várias manifestações, e dentre elas, merece destaque a de que há advogados voluntários no local. Isso deixa claro que esses ambientes podem informar em tempo real algumas situações e assim, serem utilizadas para que providências possam ser tomadas.

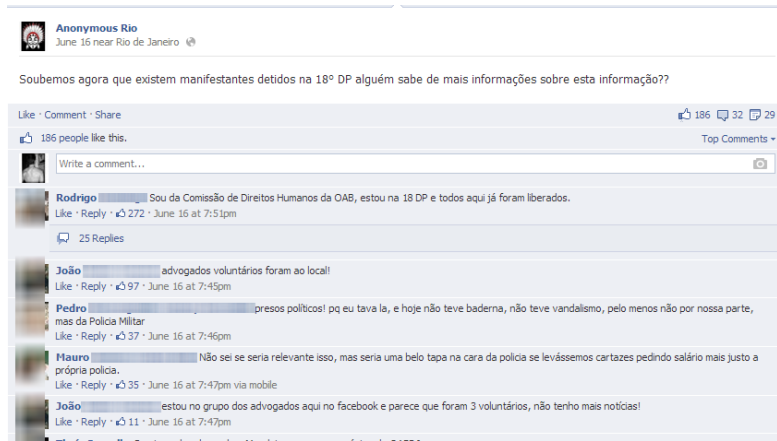
Ao contrário das páginas de eventos, utilizadas para a postagem de fotos e vídeos dos manifestos, é possível notar nas duas *fan pages* analisadas a existência, em tempo real, de várias postagens passando informações de utilidade pública como os locais de ocorrência de confrontos com a polícia, de algum outro manifesto ou, até mesmo, de um arrastão. Como pode ser visto na Figura 2, há uma postagem sobre a violência dos policiais no centro do Rio de Janeiro, que gerou um comentário em que é feito um pedido de ajuda para os alunos da UFRJ.

Enquanto as postagens das Figuras 1 e 2 ajudam a orientar os cidadãos quanto aos locais a serem evitados, as opções “curtir”, “compartilhar” e “comentar” são maneiras de disseminar uma informação, até mesmo entre os que não participam da *fan page*. Como destacou [21], a interação social também se faz presente na vida social dos indivíduos por meio da conversação e do silêncio, em que ambos exercem o princípio da cooperação.

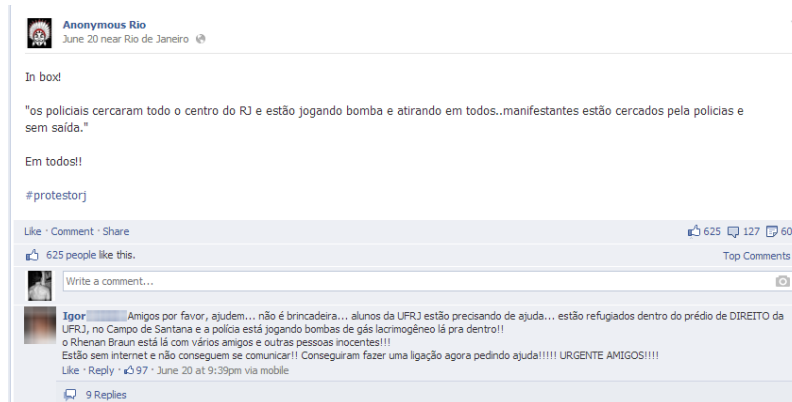
Voltando às Figuras 1 e 2, o número de participantes que confirmaram presença no evento do Facebook é uma informação que pode ser utilizada pelo serviço de inteligência da polícia para calcular o contingente de segurança que deverá estar presente no manifesto. Além disso, o acompanhamento das postagens relativas à organização do evento no Facebook ajuda a equipe na tomada de decisão das medidas de segurança cabíveis em situações de risco. Contudo, [6] ressalta que prever efeitos sociais em grupos mediados por computador requer uma análise cuidadosa para identificar as verdadeiras questões.

De acordo com o que foi exposto ao longo desta seção, as páginas de eventos do Facebook não são uma boa maneira para a discussão de ideias e tampouco para a geração coletiva de conhecimentos, ao contrário das *fan pages* que, por serem mais estruturadas e terem, de fato, administradores, são propícias ao engajamento dos usuários em torno de um tema. A empatia dos usuários cresce à medida que o nível de qualidade das discussões se eleva, o que contribui indiretamente para a promoção da boa reputação da página. Em meio às interações da rede social faz-se não só a disseminação do conhecimento, como a construção do conhecimento, atendendo ao princípio básico da inteligência coletiva.

O Facebook, como toda rede social, prima pela alcançabilidade, característica responsável por agregar comunidades virtuais com fins políticos, por exemplo, porque a base diversificada de usuários que abriga é o seu diferencial. Além disso, o Facebook possui as características das comunidades virtuais que utilizam a inteligência coletiva como fonte do conhecimento, conforme destacaram [1] e [2]: por meio dos comentários e das postagens, percebe-se a diversidade das opiniões entre os participantes do grupo; o “curtir”, “compartilhar” e “comentar” são formas que apoiam o compartilhamento do



**Figura 1. Postagem com pedido de informação.**



**Figura 2. Postagem com alerta da localidade que há violência por parte dos policiais.**

conhecimento; os participantes são independentes para postar e interagir; e estão dispostos em locais geograficamente diferentes. Por fim, vale destacar que as novas tecnologias de comunicação, como o Facebook, não só buscam novas formas de relacionamento social, como enfrentam alguns desafios, entre eles, o de manter a consciência crítica social, política e econômica em face de tantas informações vindas de diferentes pontos de emissão [21].

### LIMITAÇÕES

Apesar da não trivialidade da empreitada (falta de clareza das postagens e frases soltas, descontextualizadas), este trabalho analisou 1.414 postagens de cinco páginas do Facebook,. Quando as postagens continham mais de um assunto, adotou-se o critério de contabilização das interações “curtir”, “compartilhar” e “comentar” para cada assunto, uma vez que não era possível saber o motivo das “curtidas” e “compartilhamentos”, além do que, não era o intuito deste estudo analisar o conteúdo dos comentários.

Este trabalho não considerou as interações das fotos dos

manifestos postadas, em razão do grande número de imagens postadas, principalmente nas páginas de eventos. Todavia, destaque-se que foi observado que essa forma de publicação propicia grande interação social.

Reiterando, este trabalho teve caráter apenas quantitativo, não tendo sido analisadas a qualidade das postagens e tampouco a qualidade dos assuntos comentados. Como trabalho futuro, pretende-se analisar qualitativamente os comentários, a fim de perceber o valor dessas interações e se elas, realmente, comportam-se como fontes confiáveis para a inteligência coletiva.

Ressalte-se ainda que as postagens foram analisadas manualmente. Uma possibilidade futura é utilizar algum sumarizador de linguagem natural para análise das postagens, o que permitirá a comparação dos resultados das análises automática e manual.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos meses, o Brasil assistiu a uma série de manifestações, focadas inicialmente na redução do preço das passagens de ônibus, que, após os manifestos



assumirem maior proporção, viu este foco dispersar-se, passando os manifestos a incorporar diversas reivindicações dos cidadãos. Pode-se dizer que um grande responsável pelo crescimento desses manifestos pelo Brasil foi a imprensa, que noticiou em diferentes mídias (televisiva, *on-line* ou impressa; assim como na época do impeachment do presidente Collor em 1992, quando indiretamente exerceu um papel fundamental na organização das manifestações de então. Apesar da tradição, a imprensa perdeu seu lugar de principal veiculador de notícias para as redes sociais, que foram as ferramentas utilizadas na organização dos eventos que ocorreram no mês de junho de 2013 em todo o território nacional. Cidadãos usuários do Facebook, por exemplo, foram se unindo conforme seus interesses, mas com um foco central: um Brasil melhor.

No contexto das manifestações, este estudo objetivou analisar as interações sociais ocorridas no Facebook em páginas de eventos e em *fan pages*. Tal análise evidenciou que havia uma profusão de assuntos em discussão além dos relacionados aos manifestos. Do exame dessas evidências, apurou-se que nas páginas de eventos as interações entre usuários foram poucas, se comparadas as das *fan pages*. Isso sugere que esse tipo de funcionalidade do Facebook

talvez careça de mais atenção, conforme seja a finalidade a ser utilizada. Por outro lado, as *fan pages* propiciaram mais interações, indicando que esse tipo de ferramenta pode ser utilizado inclusive como comunidade virtual para fins políticos.

Analisar as postagens e identificar os assuntos tratados não é uma atividade trivial, pois cada usuário tem uma forma de se expressar e nem sempre são claros no que gostariam de dizer. Além disso, tem-se a questão da confiabilidade das informações postadas. Dessa forma, caso as opiniões de uma rede social tenham que ser consideradas pelo governo, as análises não seriam simples de serem estruturadas, em razão da grande liberdade de expressão que há nesses ambientes virtuais.

Se por um lado a duvidosa qualidade dos textos das postagens não tira o valor de todo este movimento, de outro, serve para alertar para a necessidade de termos ambientes mais estruturados para a coleta de opiniões dos cidadãos. Todavia, há que se ter cuidado com quem seria o responsável por um ambiente como este, pois se ele estiver em poder do governo, os cidadãos talvez não participem tão ativamente quanto participam das redes sociais.

<b>ANONYMOUS BRASIL</b>			
<b>Assuntos por número de postagens</b>	<b>Curtir</b>	<b>Compartilhar</b>	<b>Comentar</b>
Vídeo sobre o servidor derrubado do <i>site</i> Copa 2014 (1)	1381	568	171
Vídeo sobre Pelé (1)	1655	3884	2176
Vídeo contra a Globo (1)	2398	2240	384
Vídeo sobre a violência dos policiais (3)	3924	7974	788
Vídeo sobre o manifesto (5)	21837	29546	2706

**Tabela 3. Relação dos cinco assuntos mais “curtidos” na *fan page* Anonymous Brasil**

<b>ANONYMOUS RIO</b>			
<b>Assuntos por número de postagens</b>	<b>Curtir</b>	<b>Compartilhar</b>	<b>Comentar</b>
Crítica contra a quantidade de manifestantes (1)	2396	3600	108
Na rede Globo (1)	2439	463	152
Localização de pontos de violência dos policiais na manifestação (6)	2610	1663	445
Violência policial (8)	3640	748	1763
Incentivo à participação na manifestação (7)	5424	1661	460

**Tabela 4. Relação dos cinco assuntos mais “curtidos” na *fan page* Anonymous Rio**

<b>BRASÍLIA</b>			
<b>Assuntos por número de postagens</b>	<b>Curtir</b>	<b>Compartilhar</b>	<b>Comentar</b>
Liberdade de expressão (10)	49	0	25
Incentivo à participação (19)	52	0	3
Vídeos sobre o manifesto em BSB (19)	103	0	23
Vandalismo (21)	115	0	42
Sugestão para as manifestações (52)	139	0	43

**Tabela 5. Relação dos cinco assuntos mais “curtidos” na página do evento de Brasília**

<b>RIO DE JANEIRO</b>			
<b>Assuntos por número de postagens</b>	<b>Curtir</b>	<b>Compartilhar</b>	<b>Comentar</b>
Copa do mundo (20)	29	0	35
Pedido de confirmação do horário da manifestação (36)	37	0	150
Cura gay (2)	39	0	67
PEC 37 (22)	57	0	97
Confirmação do horário da manifestação (11)	89	0	81

**Tabela 6. Relação dos cinco assuntos mais “curtidos” na página do evento do Rio de Janeiro**

<b>LONDRES</b>			
<b>Assuntos por número de postagens</b>	<b>Curtir</b>	<b>Compartilhar</b>	<b>Comentar</b>
Desejo em ter participado do evento (2)	26	0	23
Quando o próximo evento ocorrerá (10)	53	0	39
Divulgação sobre o evento em Londres (16)	62	0	8
Orgulho do manifesto/elogio ao manifesto (32)	168	0	44
Vídeos sobre o evento em Londres (38)	370	0	73

**Tabela 7. Relação dos cinco assuntos mais “curtidos” na página do evento em Londres**

<b>LONDRES</b>			
<b>Assuntos por número de postagens</b>	<b>Curtir</b>	<b>Compartilhar</b>	<b>Comentar</b>
Vídeo Anonymous (5)	9	0	32
Divulgação de algum manifesto/evento no Facebook (10)	22	0	34
Quando o próximo evento ocorrerá (10)	53	0	39
Orgulho do manifesto/elogio ao manifesto (32)	168	0	44
Vídeos sobre o evento em Londres (38)	370	0	73

**Tabela 8. Relação dos cinco assuntos mais “comentados” na página do evento em Londres**

<b>RIO DE JANEIRO</b>			
<b>Assuntos por número de postagens</b>	<b>Curtir</b>	<b>Compartilhar</b>	<b>Comentar</b>
Cura gay (2)	39	0	67
Confirmação do horário (11)	89	0	81
PEC 37 (22)	57	0	97
Pedido de confirmação do horário da manifestação (36)	37	0	150
Sugestão para a manifestação (8)	20	0	156

**Tabela 9. Relação dos cinco assuntos mais “comentados” na página do evento do Rio de Janeiro**

<b>BRASÍLIA</b>			
<b>Assuntos por número de postagens</b>	<b>Curtir</b>	<b>Compartilhar</b>	<b>Comentar</b>
Apartidarismo (8)	49	0	27
Vandalismo (21)	115	0	42
Sugestão para as manifestações (52)	139	0	43
Informações sobre coisas que podem ocorrer na manifestação (30)	33	0	44
Enquetes (3) – 605 respostas	17	0	109

**Tabela 10. Relação dos cinco assuntos mais “comentados” na página do evento de Brasília**

ANONYMOUS RIO			
Assuntos por número de postagens	Curtir	Compartilhar	Comentar
Na rede Globo (1)	2439	463	152
Divulgação de evento (6)	1913	2387	403
Localização de pontos de violência dos policiais na manifestação (6)	2610	1663	445
Incentivo à participação na manifestação (7)	5424	1661	460
Violência policial (8)	3640	748	1763

**Tabela 11. Relação dos cinco assuntos mais “comentados” na fan page Anonymous Rio**

ANONYMOUS BRASIL			
Assuntos por número de postagens	Curtir	Compartilhar	Comentar
Vídeo sobre Dilma quando esta foi vaiada (1)	1164	1193	206
Vídeo contra a Globo (1)	2398	2240	384
Vídeo sobre a violência dos policiais (3)	3924	7974	788
Vídeo sobre Pelé (1)	1655	3884	2176
Vídeo sobre o manifesto (5)	21837	29546	2706

**Tabela 12. Relação dos cinco assuntos mais “comentados” na fan page Anonymous Brasil**

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hintikka, K. A. Web 2.0 and the collective intelligence. In Proceedings of the 12<sup>th</sup> international conference on Entertainment and media in the ubiquitous era (MindTrek '08). ACM, New York, NY, USA, (2008) 163-166. DOI=10.1145/1457199.1457235 <http://doi.acm.org/10.1145/1457199.1457235>
- Hwang, Y. C., Yuan, S. T. and Weng, J. H. A study of the impacts of positive/negative feedback on collective wisdom – case study on social bookmarking sites. In Journal Information Systems Frontiers, Springer, Volume 13, Issue 2, (2009) pp 265-279.
- Leimeister, J. M. Collective Intelligence. In Journal Business & Information Systems Engineering, Springer, Volume 2, Issue 4, (2010) pp 245- 248.
- Malone, T. W., Laubacher, R. and Dellarocas, C. Harnessing Crowd: Mapping the Genome of Collective Intelligence. Working Paper no. 2009-001, (2009) MIT Center for Collective Intelligence.
- Rogers, Y., Sharp, H. and Preece, J. Design de Interação – Além da Interação Humano Computador – 3 ed. – Porto Alegre: Bookman (2013)
- Benyon, David Interação Humano-Computador. Tr. Heloísa Coimbra de Souza; revisão técnica: Illana de Almeida S. Concílio. – 2 ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall (2011).
- Maciel, C., Roque, L. and Garcia, A. C. B. Democratic citizenship community: a social network to promote e-deliberative process. In Proceedings of the 10<sup>th</sup> Annual International Conference on Digital Government Research: Social Networks: Making Connections between Citizens, Data and Government (dg.o '09), Soon Ae Chun, Rodrigo Sandoval, and Priscilla Regan (Eds.). (2009) Digital Government Society of North America 25-34
- Hummel, J., and Lechner, U. Social Profiles of Virtual Communities. In Proceeding of the 35<sup>th</sup> Hawaii International Conference on System Sciences, IEEE Computer Society, 2002.
- Koh, J., Kim, Y., Butler, B., and Bock, G.: Encouraging participation in virtual communities. Commun. ACM 50, 2 (Feb. 2007) 68-73.
- Wellman B., Salaff J., Dimitrova D., Garton L., Gulia M., and Haythorntwaite, C. Computer Networks As Social Networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community. Annual Review of Sociology 22 (1996) 213-238.
- Munmun De Choudhury, Hari Sundaram, Ajita John, and Dorée Duncan Seligmann. What makes conversations interesting?: themes, participants and consequences of conversations in online social media. In Proceedings of the 18<sup>th</sup> international conference on World wide web (WWW '09). ACM, New York, NY, USA, (2009) 331-340. DOI=10.1145/1526709.1526754
- Munmun De Choudhury and Hari Sundaram. Why do we converse on social media?: an analysis of intrinsic and extrinsic network factors. In Proceedings of the 3<sup>rd</sup> ACM SIGMM international workshop on Social media (WSM '11). ACM, New York, NY, USA, (2011) 53-58. DOI=10.1145/2072609.2072625

13. Skoric, M.M.; Poor, N.D.; Youqing Liao; Tang, S.W.H. Online Organization of an Offline Protest: From Social to Traditional Media and Back, System Sciences (HICSS), 2011 44<sup>th</sup> Hawaii International Conference on , vol., no., (Jan. 2011), pp.1-8, 4-7 (Jan. 2011).
14. Vasconcelos, A. O Gigante Acordou! Oush! Brasil. Ano 3, nº 10 (jul. 2013). MWComunicação e Design Ltda. Alagoas.
15. Folha de São Paulo, Com 1 bilhão de usuários, Facebook tem 2,7 bilhões de 'curtir' por dia. Disponível em : <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/1164393-com-1-bilhao-de-usuarios-facebook-tem-27-bilhoes-de-curtir-por-dia.shtml>>. Acessado em: 1 ago. 2013.
16. Passarinho, N. Manifestação em Brasília tem 3 presos e mais de 120 feridos. Disponível em: <<http://g1.globo.com/distritofederal/noticia/2013/06/manifestacao-em-brasilia-tem-3-presos-e-mais-de-120-feridos.html>>. Acessado em: 3 ago. 2013.
17. Moser, S., Gonçalves, A. Eles foram às ruas para derrubar o presidente Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vidapublica/collor/conteudo.phtml?id=1288114&tit=Eles-foram-as-ruas-para-derrubar-o-presidente>>. Acessado em: 1 ago. 2013.
18. Veja. Alegria, Alegria. Disponível em: <[http://veja.abril.com.br/arquivo\\_veja/capa\\_19081992.shtml](http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_19081992.shtml)>. Acessado em: 1 ago. 2013.
19. Garcez, B. L. Tem protesto de estilo brasileiro e disciplina (quase) britânica. Disponível em: <[http://www.bbc.co.uk/portuguese/videos\\_e\\_fotos/2013/06/130618\\_londres\\_protesto\\_bg.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/videos_e_fotos/2013/06/130618_londres_protesto_bg.shtml)>. Acessado em: 4 ago. 2013.
20. Maciel, C. Um Método para Mensurar o Grau de Maturidade na Tomada de Decisão E-democrática. Niterói, Rio de Janeiro, UFF (2008). Tese (Doutorado em Computação), Inst. Computação da UFF.
21. Sêga, C. P. Sociedade e interação: um estudo das diferentes formas de interagir, Brasília: Ed. Universidade Brasília, 2011, 145p.
22. Anonymous Brasil. Quem Somos. Disponível em: <<http://www.anonymousbrasil.com/sobre-anonymous/>>. Acessado em: 1 set. 2013.