

Facebook como espaço de luta por uma nova lei de Comunicação

Antonia Alves¹

Resumo

O presente artigo apresenta o estudo de caso da *hashtag* #LeidaMídiaDemocrática encontrada na *fanpage* “Para Expressar a Liberdade – Uma nova lei para um novo tempo”, comunidade da campanha que defende uma nova lei de comunicação para o país desde 2007. O caso foi estudado a partir de conceitos dos estudos culturais, das redes sociais, dos movimentos de desenvolvimento social e da Educomunicação, para entender como os atores sociais envolvidos com a comunidade no Facebook têm se apropriado do espaço para defender sua causa. Em dez publicações analisadas percebeu-se que esse envolvimento se dá mais pelas curtidas e pelo compartilhamento das informações que pelos comentários, o que demonstra que a ação no ciberespaço ainda se encontra mais no engajamento no sentido de estar presente que em discussões acirradas sobre o assunto.

Palavras-chave: Cibercultura; Facebook; Educomunicação; Redes Sociais; Ativismo.

Abstract

This paper presents a case study of the hashtag #LeidaMídiaDemocrática, found at the fanpage “Para Expressar a Liberdade – Uma nova lei para um novo tempo”, an online community that since 2007 advocates a new law of communication for the country. The case was studied based on concepts of cultural studies, social networks, movements of social development and Educommunication, to understand how the social actors involved with the community on Facebook have appropriate the online group to advocate the cause. In ten articles analyzed was realized that this involvement occurs more by the “likes” and “sharing” of the information than by the comments, which demonstrates that the action in cyberspace is still more engagement in the way to be present than in heated discussions about the subject.

Keywords: Cyberculture, Facebook, Educommunication, social networking, activism.

Introdução

Nos dias atuais é difícil de acreditar que um site não esteja presente nas redes sociais. Assim, pessoas, grupos, comunidades e causas humanitárias ou sociais, empresas e corporações vão tomando lugar no ciberespaço num inevitável movimento de existência e permanência na cibercultura. Uma das redes sociais que mais tem atraído os usuários é o Facebook com suas funcionalidades de postagem de informações [textos, vídeos, áudio, fotos e *links*] que levam à interação com os pares por meio dos recursos de “curtir”, “comentar” e “compartilhar”.

¹ Professora e Chefe do departamento de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, Câmpus Unemat – Alto Araguaia. E-mail: antoniaalves@unemat.br

Eis o universo das redes sociais que abrem espaço para conversação e ativismo social no ciberespaço. Iniciadas *off-line* ou constituídas *on-line*, as redes sociais têm se multiplicado na sociedade contemporânea, graças à comunicação mediada por computador (CMC), às novas tecnologias da informação e comunicação (TIC) e aos processos de comunicação síncrona e assíncrona propiciados pela Internet. Tudo se dá de maneira veloz, suplantando fronteiras espaciais e temporais em que a conectividade garante ubiquidade e permanência das pessoas conectadas que articulam suas redes sociais, pois recebem mensagens o tempo todo.

Esse novo potencial de difusão da informação proporciona articulação social com novas formas de interação e de conversação, gerando uma simbiose entre mundo *off-line* e *online*, graças à tecnologia e à conexão das redes sociais que levam as ações do mundo virtual a refletirem diretamente na vida concreta (RECUERO, 2009). Os usuários tornam-se atores sociais que interagem e produzem cultura nesse espaço (PRIMO, 2003; LEMOS, 2009).

É nesse espaço que a campanha “Para Expressar a Liberdade – Uma nova lei para um novo tempo”ⁱ tem convocado a sociedade assinar em apoio a projeto de uma nova Lei de Comunicação que valorize a pluralidade, além de possibilitar a liberdade de expressão e o direito à comunicação para a maior parte da população. A comunidade é uma extensão do *site* da campanha, lançada em 27 de agosto de 2007 com a intenção de mobilizar o Brasil. A iniciativa tem como pressuposto a ideia de que todas as democracias consolidadas em diversos países têm mecanismos de regulamentação dos meios de comunicação, considerando-os garantia da liberdade de expressão.

Tal perspectiva coloca essa comunidade como ativista social no ciberespaço em luta pela democratização da mídia. Ao fazer uso de uma determinada palavra-chave (*hashtag*), perfis e *fanpages* – indivíduos e comunidades –, cruzam informações naquele universo cibercultural.

Comunicação para a transformação social

Os estudos culturais enfatizam que a contribuição do receptor é de suma importância nas articulações da comunicação, já que aquele não é um mero receptor de informações, mas um agente ativo efetivando negociações de sentido. Essa perspectiva é retomada pelas pesquisas sobre a inter-relação Comunicação/Educação

que carrega em si princípios como a cidadania, a transformação cultural e o pleno exercício cidadão dos atores sociais. Assim, as iniciativas de comunicação alternativa e popular que se utilizaram do arsenal reflexivo e prático de educação popular encabeçada por Paulo Freire romperam com o modo vertical de transmissão dos ideais de desenvolvimento, ao valorizar as práticas culturais em seu contexto social, berço do paradigma educomunicativo.

No lastro das experiências que levaram a processos de apropriação e reapropriação, resistências e lutas desde os anos de 1960, foi se estabelecendo o elo entre as culturas populares e a produção cultural por meio de novos conceitos que desembocaram em teorias como a *Teoria da Recepção* e os *Estudos das Mediações*, vertente latino-americana dos *Estudos Culturais*.

Martín-Barbero aprofunda as mediações culturais a partir da compreensão das relações entre comunicação, cultura e política. Em seu *novo mapa das mediações* (MARTÍN-BARBERO, 2003), o pesquisador organiza as mediações em dois grupos: “mediações culturais da cultura” e “mediações comunicativas da cultura” – sendo que o primeiro contempla aquelas mediações presentes em sua obra “Dos Meios às mediações” (1987), a saber: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. O segundo grupo surge da confluência das mediações de sociabilidade, tecnicidade, ritualidade e institucionalidade que se articulam com as matrizes culturais, os formatos industriais, as lógicas de produção e as competências de recepção ou consumo.

Nosso foco se volta para a mediação de sociabilidade que atua diretamente na trama de relações cotidianas. Para compreendê-la nas práticas virtuais, Silverstone (2002) e Cammaerts (2013) recuperam a dimensão dialética do conceito de mediação do processo de recepção na produção de conteúdo em conjunto com as tecnologias.

Sabendo que a mídia e a comunicação são relevantes ao protesto e ao ativismo, Silverstone (2002) afirma que é necessário compreender como se dão os enquadramentos pela grande mídia e as autorrepresentações pelos ativistas, além de saber como os usuários fazem uso, apropriam e adaptam as TIC para mobilizar e organizar ações diretas. As estratégias de comunicação e práticas midiáticas de cidadãos e ativistas são processos que dificultam a distinção entre público/privado e de produtor/usuário ao introduzir processos de automediação e coprodução (CAMMAERTS, 2013, p. 14).

Assim, a *fanpage* “Para Expressar a Liberdade” se coloca como uma comunidade ativista. A sociabilidade cultivada resulta das novas formas de interação social e passa por questões de formação de identidades e representação de papéis na internet (CASTELLS, 2003). Ainda perpassa por relações de dominação e resistência que resultam em compromissos e mudanças (2009) numa interconexão de redes que funcionam como ato de comunicação que os movimentos vêm se apropriando de maneira articulada do ciberespaço (2012).

Assim, a comunidade se utilizando da virtualização da informação que gera novas formas de se comunicar sem a presença física (LÉVY, 2000), vive uma recombinação cultural que se potencializa com espaços de compartilhamento pelos sujeitos ativos (LE MOS, 2009). Essa ambiência cibercultural propicia espaços de sociabilidade sustentados por trocas e relacionamentos que ampliam o conhecimento coletivo e a apropriação pelos interlocutores (CORRÊA, 2010).

Se a cibercultura é uma nova cultura e o ciber mundo uma nova ecologia que podem ser conhecidos pela participação, o Facebook, com uma arquitetura simples, proporciona alta convergência digital e um tipo de cultura fácil, divertida e acessível, que conta com uma plataforma construída a partir daquilo que é socialmente aceitável – há possibilidade de “curtir”, mas não de “descurtir” (CÁCERES, 2011, p. 188).

Assim, as redes sociais podem construir novas relações sociais de convivência civilizada por meio de relações sociais que intercambiam informação, de afeto, de cordialidade e de diálogo pacífico, levando seus membros a colocarem em prática o melhor de si de maneira lúdica e harmônica (CÁCERES, 2011, p. 180).

Todavia, não se trata de uma grande revolução de convivência humana, mas de uma plataforma de sociabilidade até então inexistente. Há desafios que precisam ser vencidos, pois não há diálogo em profundidade e os indivíduos falam de si mesmo. De cada cem usuários que estão na Internet, 90% observam, nove participam esporadicamente e apenas um propõe conteúdo. Cáceres (2011) enfatiza que apesar das facilidades da rede, ainda é preciso um “empurrãozinho” para que o usuário publique.

Apesar das limitações, Corrêa (2009, p 50) se mostra otimista no cenário cibercultural, vendo possibilidades de um novo ciclo de saberes/vivências baseados em estatutos éticos que se moldam no interior das comunidades virtuais. Cada indivíduo pode decidir unilateralmente a relação ética de suas atividades no mundo virtual, pois as regras não provêm de fora, das estruturas de poder, mas do interior dos grupos.

Redes sociais, ampliação das práticas *off-line*

De acordo com relatórios recentes ⁱⁱ, as redes sociais atraem mais de um bilhão de pessoas, um sétimo da população planetária. Em relação ao *Facebook*, 75% do envolvimento com uma postagem (*post*) se dá nas primeiras cinco horas, o que significa que nesse período o fluxo de curtidas, comentários e compartilhamentos é mais intenso.

Novas redes surgem como alternativa a outras, como é o caso da *Diaspora* em relação ao *Facebook*. Algumas deixam de existir ou se reconfiguram. Tanto as redes sociais quanto as tecnologias que promovem a comunicação trilham caminho na sociabilidade ao permitir que as pessoas se comuniquem. Assim foram os BBS (Bulletin Board System), são as mensagens instantâneas, os *e-mails*, os bate-papos de *Facebook*, *Skype*, *Hangout (Talk)*, *Whatsapp*.

Os primeiros traços das redes sociais surgiram com o *GeoCities* (1994), chegando a agregar 38 milhões de usuários. O *The Globe* (1995) trouxe características mais claras de conectividade com a possibilidade de personalização das experiências online e interação de acordo com interesses em comuns. O *Classmates* ⁱⁱⁱ possibilita a organização em grupos, reunindo antigos colegas de escola/faculdade.

Com o advento da banda larga, novas redes sociais ^{iv} apareceram como *Fotolog* e *Friendster* – a primeira a receber o *status* de “rede social”, levando as amizades do mundo real para o virtual, atingindo três milhões de usuários em três meses. Logo despontaram *LinkedIn*, *MySpace*, *Flickr*, *Orkut*, *Facebook*, *Twitter*, *Google +*, só para citar algumas.

A conexão no mundo virtual reflete diretamente na vida concreta das pessoas que utilizam as redes sociais como espaços de expressão (RECUERO, 2009) para articular seus laços fracos/fortes nas interações com conhecidos/amigos. Além de que, as redes ampliam o capital social cognitivo/informacional ou relacional/conversacional por meio da circulação da informação, do debate, do conhecimento (RECUERO, 2010). É daí que vem a categorização dos *sites* de redes sociais como “aberto/fechado informacional” e “aberto/fechado conversacional”.

Para Recuero (2010), um *site* de rede social é mais aberto quando seu foco é a valorização do alcance das informações, ao contrário daqueles que cultivam a existência de pequenos grupos, o que torna a rede fechada. Quanto mais aberto e conversacional

for uma rede, mais difícil será a interação e mais fracos são os grupos nela presentes. Nessa concepção, o Facebook é um *site* mais informativo e mais fechado.

O registro das dinâmicas sociais, das interações e conversações nas redes sociais permite aos pesquisadores seu mapeamento. Entretanto, Recuero (2014) pondera que ainda são necessárias ferramentas metodológicas e focos específicos que permitam lidar em larga e pequena escala com os dados relacionais que são coletados.

Em revisitação às ferramentas metodológicas, a pesquisadora ^v reflete sobre a Análise das Redes Sociais (ARS). Por permitir o registro das dinâmicas sociais, das interações e conversações nas redes sociais, esses sites propicia seu mapeamento pelos pesquisadores, já que as redes deixam rastro *on-line* das enunciações publicadas e arquivadas. Nesse processo, o pesquisador se apropria do espaço coletivo porque os registros dos usuários são permanentes e podem ser buscados (RECUERO, 2014).

A pesquisadora, destaca ainda a importância de se abordarem as linhas centrais da ARS, que destacam a estrutura do grupo social, os dados das relações dos atores com atores, o desenvolvimento de ferramentas para a visualização dos padrões de relações e as propriedades matemáticas dos padrões sociais. Dessa forma, os processos de abordagem da pesquisa se efetivam em seus níveis descritivo e explicativo.

Ao iniciar o processo de coleta de dados é preciso definir o tipo de rede para o estudo (associativas/filiação ou emergentes; ego centradas/graus de separação; ou inteira) ^{vi} de modo que o mapeamento das conexões seja realizado por meio de gráficos/grafos que coletam os rastros *on-line* com recursos automatizados (*crawlers* /robôs) que utilizam as aplicações/API dos *sites* ^{vii}.

Segue a análise dos dados nos níveis: “descritivo” que averigua as métricas e na “análise mais abrangente”. No primeiro nível observa-se a posição do nó (centralidade em relação aos outros nós) e as medidas de rede (qualificam a conexão dos nós); enquanto que no segundo, os laços sociais (facilidades estabelecidas entre os nós e qualidade das conexões), o capital social (valor e sua influência enquanto ponte) e a estrutura social (canais de comunicação e efeitos comunicativos) da rede.

Outro ponto importante a ser considerado diz respeito às questões éticas relacionadas ao anonimato dos dados e às políticas de privacidade das próprias redes sociais, bem como às limitações dos próprios API de coleta de dados. Por este motivo, o pesquisador precisa estar atento tanto na coleta quanto na apresentação dos dados.

Recuero (2014) lembra que a ARS oferece limitações no que tange ao foco estrutural nos padrões emergentes das interações, o que se torna uma limitação aos estudos cujo foco não seja estrutural. A abordagem não oferece contribuições à análise do discurso nas redes sociais, além de enfraquecer uma análise teórica sobre o fenômeno se seu foco se mantiver em medidas e dados. Há também os limites impostos pelas ferramentas na coleta e análise dos dados, resultando análise parcial.

Para Recuero (2014, pp. 20-21), as principais contribuições da ARS para o estudo das redes sociais na Internet se dão a partir de três grandes pontos: “foco empírico”, que auxilia no mapeamento, na observação e na sistematização dos rastros construídos pelos atores sociais; na “abordagem interdisciplinar”, que permite a análise a partir de pluralidade de pontos de vista; e no “foco nos padrões e na estrutura”, que amplia a percepção das inter-relações entre os conceitos teóricos trabalhados com os dados empíricos coletados dos públicos em rede.

Essa revisitação literária a respeito das metodologias de estudo das redes sociais apresenta um panorama de possibilidades ao pesquisador. No entanto, para averiguar as discussões em torno da *hashtag* #LeidaMídiaDemocrática, não utilizamos a metodologia das ARS, limitando-nos a uma abordagem qualitativa descritiva em relação às publicações analisadas

Comunicação para transformação social

Tendo como foco a discussão do paradigma educacional a partir de informações em defesa de uma nova lei de comunicação, os atores envolvidos com a *fanpage* “Para Expressar a Liberdade”, bem como aqueles que aderiram à *hashtag* #LeidaMídiaDemocrática, promovem conversação na rede social considerada informativa. Cultivam laços fortes, pois todos que se encontram naquele ambiente virtual comungam dos mesmos ideais, sabendo que suas postagens são públicas e, portanto, podem ser visualizadas mesmo por quem não tem perfil na rede social.

Todos estão lutando pela transformação social em torno de uma lei que garanta liberdade de expressão e pluralidade na mídia brasileira, entendendo o espaço como canal livre de expressão. Essa situação é semelhante aos produtos/processos da comunicação popular e alternativa entendida como canal de expressão livre de conteúdos infocomunicativos, em oposição aos grandes meios de comunicação comerciais ou públicos de tendência conservadora (PERUZZO, 2008, p. 114). Se nas

décadas de 1970/1980, a imprensa alternativa espalhava a voz de seus atores sociais como luta pelos direitos civis, sociais, econômicos e políticos, com a chegada das novas tecnologias e da internet, esse espaço se disseminou por meio de blogs, redes sociais, webrádios e canais de vídeo, entre outros.

É a CMC revolucionando os processos de comunicação alternativa e pondo às claras as contradições fundamentais do mundo que clamam por transformação do entorno sociocultural (PERUZZO, 2008). As novas perspectivas dos movimentos sociais em conjunto com as tecnologias articulam ativismo, espaços de expressão e estratégias de comunicação (TUFTE, 2013; COULDRY, 2010; CAMMEARTS, 2013). Historicamente, as grandes mudanças no desenvolvimento da sociedade têm vindo de “baixo para cima” (*bottom-up*), ou seja, de ações de grupos que se mobilizaram, se organizaram, defenderam e comunicaram suas causas, alcançando seus direitos (TUFTE, 2013, p. 62).

Segundo o pesquisador os processos de mobilização social e ação coletiva chamam a sociedade a um processo de desenvolvimento mais inclusivo ao utilizar as mídias digitais para circulação de informação, abertura de espaços para críticas sociais e novas formas de mobilização social. O ressurgimento das práticas de comunicação (*bottom-up*) para mudança social apresenta uma infinidade de ações em que voz, cidadania e a ação coletiva estão no centro do palco como valores essenciais, de princípios e práticas (TUFTE, 2013, p. 65).

Esse processo participativo trabalha com fluxos de comunicação digital (CASTELLS, 2012) em vista da participação ativa dos cidadãos. Para Tufte (2013, p. 72), essa ação cívica se dá por meio de “um processo no qual identidade e ação se integram na ação comunicativa deliberada para a transformação social”. Assim, vão se articulando formas de engajamento possíveis à transformação social sem superestimar o papel dos meios de comunicação social que atuam em sintonia com as mudanças políticas.

É nesse cenário que as “novas tecnologias de voz” (COULDRY, 2010, p. 139) integram mídia e tecnologia para favorecer o espaço às pessoas comuns no sentido de garantir seu “direito à voz” e espaço para uma “narrativa de si”, o que desemboca em visões alternativas orientadas à valorização de processos de voz e do reconhecimento da capacidade das pessoas para a cooperação social baseada na voz. Assim, a “voz como

processo” possibilita dar significado à vida de alguém e a suas condições, possibilitando a alguém contar sua história, sua própria narrativa.

Inúmeras plataformas de mídia que estão surgindo convidam os cidadãos a se envolverem e participarem numa onda de ativismo global. Para Tufte (2013), isso acontece porque a comunicação para o desenvolvimento social (Comdev) a partir de uma abordagem participativa (1) difunde inovações com foco na divulgação de informações, (2) desenvolve habilidades para a vida e competências para a comunicação educativa, (3) além de fazer emergir uma pedagogia libertadora com princípios da comunicação dialógica freireana.

Dessa forma, os cidadãos estão se mobilizando por meio de táticas e estratégias, visando influenciar as estruturas de poder. As pessoas comuns criam espaços em sua vida cotidiana, comunicam-se em rede com o objetivo de sensibilizar o cidadão e as instituições para se tornarem agentes de transformação social (TUFTE, 2013, p. 86). Esse processo de articulação entre mídia, comunicação, protesto e ativismo ganha força pela comunicação mediada, potencializando a produção de conteúdo em conjunto com a tecnologia (SILVERSTONE, 2002; CAMMEARTS, 2013).

Assim, as estratégias de comunicação de ativistas em seus esforços e a estrutura de oportunidades de mediação automediados contribuem para a construção de identidades coletivas. Cammearts (2013, p. 15), a partir da argumentação de Della Porta e Diani (2006), pontua as lógicas utilizadas pelos movimentos sociais: “lógica dos números” (manifestações de massa, abaixo-assinados), “lógica de dano” (destruição de propriedade ou transtorno em larga escala) e “lógica de testemunho” (exibição pública e não violenta de desobediência civil).

Segundo Cammearts (2013), num primeiro momento, os ativistas querem conquistar a atenção da mídia produzindo espetáculo com demonstração de números, imposição de dano ou do testemunho da injustiça. Só depois, é que começam a refletir sobre as oportunidades discursivas, as estratégias de automediação voltadas à produção de contranarrativas e a sua disseminação. Num terceiro nível é que apontariam táticas de resistência mediadas pelas tecnologias para amarrar seu discurso em volta da ação.

Assim, os ativistas se tornam inventivos em suas ações. Produzem artefatos de protestos (fotos e vídeos) e táticas de automediação para arquivar e autorrepresentar seus eventos de protestos, situação que leva ao transbordamento de movimento em nível de ideais, táticas e símbolos.

Sites como o “Avaaz.org” ou a “Change.org” mobilizam os cidadãos globais em defesa de determinadas causas por meio de abaixo-assinados virtuais. O Facebook, Twitter e Youtube permitem aos ativistas e movimentos distribuírem contranarrativas e facilitam a mobilização de massas. O “curtir” do Facebook ajuda os movimentos sociais a angariar suporte, construir identidades coletivas e se conectar diretamente com potenciais simpatizantes (KAVADA, 2010).

Assim, o “clickativismo” ajuda muitos cidadãos na prática de ativismo ativo em sua vida cotidiana (Cammaerts, 2013). Ainda suscita a adesão de seus pares e simpatizantes, permitindo que as tecnologias articulem o ativismo nos espaços de expressão por meio de estratégias de comunicação vindas de “baixo para cima”. Nessa ambiência haveria redes de comunicação horizontais com um fluxo livre de comunicação capaz de levar os atores sociais ao pleno exercício da cidadania em sua vida cotidiana. Cada ator teria “direito à voz” para produzir sua própria narrativa/contranarrativas, bem como sua disseminação na rede social, construindo um “ecossistema comunicativo”.

Educomunicação como forma de intervenção social

Quando as pessoas se juntam para conversar, se manifestar ou conviver, elas criam “ecossistemas comunicativos” que podem ser abertos/dialógicos ou fechados/autoritários. Fundamentando-se numa perspectiva social transformadora, os estudos da inter-relação Comunicação/Educação têm primado pelos espaços interdiscursivos que levam os agentes sociais a fomentar práticas sociais em seu cotidiano ao propor mudanças no discurso hegemônico da sociedade contemporânea.

Cuidar da saúde grupal por meio de “gestão dos processos comunicativos” (SOARES, 2011) retira a invencibilidade dos aparatos tecnológicos em vista do empoderamento ^{viii} dos agentes. Essa perspectiva é retratada pela Educomunicação ^{ix} que vem se legitimando na academia e no interior de grupos sociais, educacionais e governamentais, inclusive definindo políticas públicas. Os pesquisadores do NCE-USP passaram a definir o conceito como

o conjunto das ações inerentes ao planejamento e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, assim como a melhorar o coeficiente comunicativo das ações educativas, incluindo as relacionadas ao uso dos recursos da informação no processo de aprendizagem (SOARES, 2001, p. 43).

Esse paradigma nasceu nos movimentos sociais latino-americanos, em que as práticas dos agentes sociais se materializavam em áreas de atuação: comunicação para a comunicação, expressão comunicativa através das artes, reflexão epistemológica, produção midiática, pedagogia da comunicação, mediação tecnológica e gestão comunicativa dos processos. Essa investigação se insere nas duas últimas áreas por se tratar do processo de apropriação da rede e pela mediação das ações comunicativas.

“Gestão da comunicação dos processos” é o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação das práticas educativas em busca de convergência das ações para ampliar o espaço comunicativo das ações humanas (SOARES, 1999). Isso pressupõe uma ação comunicativa e dialógica mediada por um gestor que facilite a participação e garanta espaço de expressão a todos os envolvidos.

Esse gestor atua como alguém que “costura” a organização do ambiente, a disponibilização dos recursos, o *modus faciendi* dos sujeitos envolvidos e o conjunto das ações que nele acontecem. Sua atuação é reconhecida pela abertura de espaços colaborativos, criativos e democráticos que levam à potencialização das habilidades individuais e das ações coletivas.

Por sua vez, a área de “mediação tecnológica” promove a democratização e o acesso ao conhecimento por meio de uma ação política democrática. A presença de um mediador assegura que a mediação dos processos seja construída de maneira dialógica, favoreça o fluxo livre de comunicação no espaço virtual e garanta o intercâmbio de ideias e sentimentos, práticas dialógicas, participativas e democráticas. Esse processo é identificado no *feedback* da produção, participação e interatividade na comunidade.

Ativismo pela democratização da mídia

A *fanpage* “Para Expressar a Liberdade”, com seus 12.751 fãs, traz em suas publicações inúmeras *hashtags*. Com o recurso da etnografia virtual ou netnografia, definimos como percurso investigativo a opção por seguir a *hashtag* #LeidaMídiaDemocrática^x para averiguar as postagens e seus autores – curtidas, comentários e compartilhamentos. Desse modo, percebem-se diversos autores publicando ou compartilhando.

Seguindo a perspectiva da etnografia virtual, adentramos o processo de escrever sobre o outro no ciberespaço, na certeza de que isso exige procedimentos

diferenciados como a imersão e participação ativa do pesquisador (RECUERO, 2009). O termo cunhado e suplantado por Christine Hine por seguir os mesmos procedimentos da etnografia tradicional, já que carrega uma relação de contiguidade entre os ambientes *on-line* e *off-line*.

Algumas das informações na linha do tempo de “Para Expressar a Liberdade” foram desconsideradas por aparecerem em duplicidade. Assim, selecionamos aquelas publicadas entre os dias 13 e 20 de fevereiro de 2015, resultando numa triagem de cinco páginas — foco deste estudo (7), “Um Brasil de brasileiros” (1), “Guerrilha GRR” (1), “Recanto das Emas” (1), “Fopecom” (1) – e quatro perfis – “Cidadania Debate” (1), “Daniel Pearl” (2), “Rafael Gaia” (2) e “Celi Audi” (1). Como era período de Carnaval, houve alinhamento do discurso da campanha às marchinhas e serpentinas carnavalescas.

Além das ilustrações, o toque carnalesco do autor é percebido em argumentos como “não deixe para a Quarta-feira de Cinzas o que você pode fazer hoje” ao convidar para a assinatura do projeto de Lei (por “Cidadania Debate”, Belo Horizonte-MG, 4.671 amigos. A informação obtém 12 curtidas, 3 comentários e 2 compartilhamentos, dentre os quais o de Daniel Pearl (4.988 amigos, Fortaleza-CE, do blogdadilma.com que luta pela liberdade de expressão para expor suas ideias). Segue-se a ilustração (Imagem 1) com os dizeres: “O teu discurso não nega, reça; Imprensa livre é o cão. Mas vamos que vamos, regula, reça. O mundo todo regulou”.

Na mesma perspectiva, “A mídia vai falar que regular é censurar, manipular; mas eu assino o projeto popular da mídia livre, assino já. Deixa a mídia falar” (Imagem 2) fora postada por “Para Expressar a Liberdade”, chegando a 87 curtidas, 3 comentários e 94 compartilhamentos: “Rafael Gaia” (repórter fotográfico, 349 amigos, sem identificação de moradia), “Recanto das Emas” (4.483 curtidas, Distrito Federal); “Sindijor Cascavel” (*fanpage*, 531 curtidas, Cascavel-PR).

A marchinha “Marinho eu quero, Marinho eu quero, Marinho eu quero falar. Democratiza, democratiza, democratiza pro Brasil avançar” (Imagem 3), junta-se ao argumento: “Empresários da mídia, políticos donos de emissoras de rádio e TV e outros grupos privados não querem nem ouvir falar de regulação da mídia, mas o setor tem regras que precisam ser obedecidas e necessidade de uma regulação mais moderna e democrática”. A publicação atinge 57 curtidas, 5 comentários e 26 compartilhamentos.

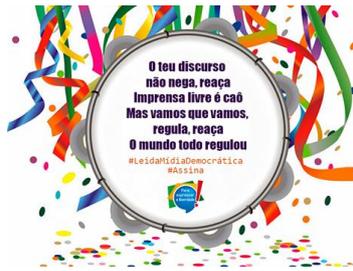


Imagem 1



Imagem 2



Imagem 3

Assim, os convites para a assinatura vão sendo compartilhados por *fanpages* e perfis de usuários, aliando criatividade e senso crítico. Se a logo da campanha (Imagem 4) obtém três curtidas (Celi Audi, São Paulo, 324 amigos), a personagem do filme “Alice no País das Maravilhas” (Imagem 6) com a frase “Então você confunde regulação da mídia com censura?” alcança 34 curtidas e 36 compartilhamentos dos fãs de “Para Expressar a Liberdade”. Segue-se o argumento: “os donos dos grandes grupos de mídia querem que você pense assim. Mas uma coisa não tem nada a ver com a outra”.

Um sujeito envolvido pela frase “monopólio midiático é um infortúnio” (Imagem 7) carrega os dizeres: “Para acabar com o infortúnio só mesmo uma regulação democrática da comunicação”, chegando a 21 curtidas, 1 comentário e 3 compartilhamentos. Ainda sobre o convite para a assinatura do projeto, há uma postagem que provém de uma conta do Twitter (@MST_Oficial) republicada por “Um Brasil de Brasileiros” (473 curtidas): os “eleitores poderão assinar Lei da Mídia Democrática na Internet”, cujo link leva ao site do “Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra”.

“Afinal, regulamentar a mídia é censura?” é a reflexão que faz a comunidade de cultura urbana e comunicação independente denominada por “Guerrilha GRR” (6.671 curtidas) sobre a falta de regulamentação no Brasil em comparação com outros países que regulam a mídia para equilibrar forças e impedir a concentração de poder. Esta teve 37 curtidas, um comentário e 24 compartilhamentos.

Ainda, “Para Expressar a Liberdade” publica sobre as seis famílias que controlam 70% da imprensa brasileira e que muitos grupos de comunicação possuem propriedades cruzadas além do limite permitido pelo artigo 12 da Constituição Federal. Informa que o site Brasilianas.org^{xi} discutiu a questão com o especialista em crítica e

conceito de ética jornalística, Eugênio Bucci. A informação fora republicada por “Rafael Gaia” e pelo “Fopecom – Fórum Pernambuco de Comunicação” (1.540 curtidas).

Outra informação é sobre o rádio que leva a matéria que aborda as rádios educativas, comerciais e comunitárias no site OmbudsPE – 13 curtidas e 5 comentários.



Imagem 4



Imagem 5

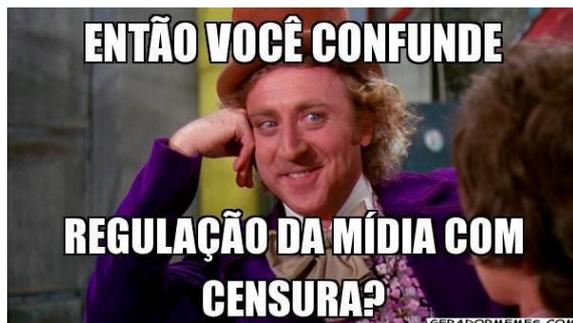


Imagem 6



Imagem 7

No caso da *hashtag* pesquisada, percebe-se a presença de diversos autores publicando informações ou compartilhando-as num movimento de sociabilidade carregada de intencionalidade em relação à causa defendida: uma nova lei de comunicação. Todos os atores estão ligados a causas sociais, carregando em seu discurso uma crítica potencial à hegemonia da mídia no atual contexto brasileiro.

Nas dez publicações analisadas, houve 322 curtidas, 220 compartilhamentos e apenas 20 comentários (Gráfico 1). Isso que dizer que mesmo concordando com a causa defendida, os atores preferem curtir ou compartilhar para seus amigos ou fãs, o que exige apenas um clique. Para fazer um comentário é preciso um pouco mais de esforço e nem todos têm esse tempo para criar uma conversação no ambiente virtual.

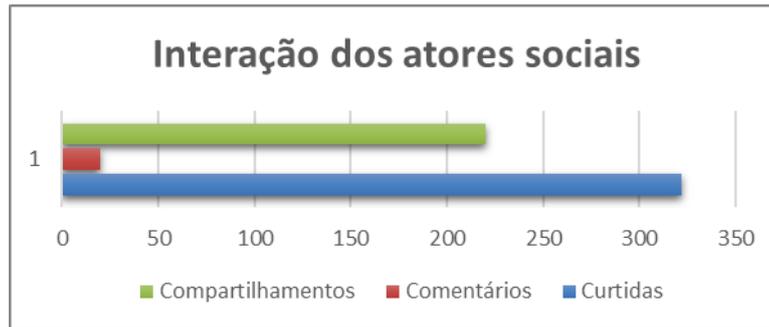


Gráfico 1: Interação dos atores sociais

Com isso podemos constatar que o potencial das redes sociais, de maneira especial do *Facebook* para as causas sociais. Porém exige ainda um caminho longo por parte daqueles que promovem ações no ambiente cibercultural. Nesse sentido, sentimos a falta da presença de um mediador capaz de fazer a gestão dos processos comunicativos naquele espaço no sentido de ajudar na reflexão, no incentivo da conversação, bem como na proposição de situações mais práticas. Um estudo mais aprofundado dessa experiência poderia analisar como a comunidade “Para expressar a Liberdade” vem fazendo a gestão da comunicação nesse espaço, já que o presente artigo apenas pontua sua apropriação espacial para divulgar a causa defendida.

Referências

AMARAL, A. Autonetnografia e inserção online: o papel do pesquisador-insider nas práticas comunicacionais das subculturas da Web. In: **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 11, n. 1, jan.abr./ 2009. Disponível em: <<http://www.frenteiras.unisinos.br/pdf/62.pdf>>. Acesso em: 01/11/2010.

CÁCERES, J. G.. **Las nuevas tecnologías de información y comunicación y las políticas culturales en México – Ingeniería en Comunicación Social del servicio de redes sociales Facebook**. In: Intercom – RBCC. São Paulo, v.34, n.2, p. 175-196, jul./dez. 2011.

CAMMAERTS, B. **Lógicas de protesto e a estrutura de oportunidade de mediação**. Matrizes. Ano 7– n°2 jul./dez. 2 013- São Paulo – Brasil, p. 13-36

CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003.

_____. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

_____. **Redes de Indignación y esperanza – los movimientos sociales em la era de Internet**. Madrid: Alianza Editorial, 2012.

CORRÊA, E. S. Cibercultura – um novo saber ou uma nova vivência? In: TRIVINHO, Eugênio e CAZELOTO, Edilson (Orgs). **A cibercultura e seu espelho [recurso eletrônico]: campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa.** Dados eletrônicos. São Paulo: ABCiber; Instituto Itaú Cultural, 2009. Coleção ABCiber, v.1, p. 47-51.

COULDRY, N. **Why voice matters: culture and politics after neoliberalism.** London: Sage. 2010.

KAVADA, A.. **Image, Bonding, and Collective Identity Across Multiple Platforms: Aaaz on Facebook, MySpace, and YouTube.** Paper presented at the International Communication Association Conference, Singapore, 22 jun. 2010.

LEMO, A.. Cibercultura como território recombinante. In: TRIVINHO, Eugênio e CAZELOTO, Edilson (orgs). **A cibercultura e seu espelho [recurso eletrônico]: campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa.** Dados eletrônicos. São Paulo: ABCiber; Instituto Itaú Cultural, 2009. Coleção ABCiber, v.1, p. 38-46.

LÉVY, P.. **Cibercultura.** Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARTÍN-BARBERO,. Pistas para entre-ver meios e mediações. **Dos meios às mediações.** Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003. Novo prefácio.

PRIMO, A. **Quão interativo é o hipertexto? – da interface potencial à escrita coletiva.** Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003.

RECUERO, R.. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

_____. **Contribuições da Análise de Redes Sociais para o Estudo das Redes Sociais na Internet: O caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma.** Revista Fronteiras (Online): vol 16, p.1, 2014.

SOARES, I. O. (org.). **Caminhos da Educomunicação.** São Paulo: Editora Salesiana, 2001.

_____. **Educomunicação – o conceito, o profissional, a aplicação, contribuições para a reforma do Ensino Médio.** São Paulo: Paulinas, 2011.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo. Editora: Loyola, 2002.

TUFTE, T. **O renascimento da Comunicação para a transformação social – Redefinindo a disciplina e a prática depois da ‘Primavera Árabe’.** Intercom – RBCC São Paulo, v.36, n.2, p. 61-90, jul./dez. 2013.

ⁱ A campanha é uma iniciativa de centenas de entidades da sociedade civil (<http://www.paraexpressaraliberdade.org.br>). A *fanpage* “Para Expressar a Liberdade” está disponível

em: <<https://www.facebook.com/pages/Para-Expressar-a-Liberdade/395445667176481>>. Acesso em: 23 fev. 2015.

ii Informações divulgadas em 2010: <http://www.tecmundo.com.br/facebook/5434-diaspora-concorrente-do-facebook-disponibiliza-seu-codigo-para-desenvolvedores.htm>; em 2014: <http://www.ibahia.com/a/blogs/conectividade/2014/07/05/midias-sociais-infografico-dados-atualizados-2014/>. Acesso em: 23 fev. 2015.

iii A rede sobrevive até hoje e já ultrapassou 50 milhões de cadastrados. Dispon[ível em <http://www.classmates.com/>. Acesso em 23 fev. 2015.

iv Em 2002, surgiram: fotolog: (<http://www.fotolog.com.br/>); eo Friendster (<http://www.friendster.com/>); em 2003, vem o LinkedIn (<http://br.linkedin.com/>) e o MySpace (<http://br.myspace.com/>); em 2004, surgem o Flickr (<http://www.flickr.com/>) e o Orkut (<http://www.orkut.com.br/>); em 2006, o Facebook (<http://www.facebook.com/>);eo *Twitter* (<http://www.twitter.com/>); em 2011, o Google + (<https://plus.google.com/>).

v Os pesquisadores (Recuero, 2009; Benevenuto, 2010; Malini & Antoun, 2013) definem rede social como ferramenta *on-line* que provê os usuários com três elementos: a construção de um perfil público ou semi-público, a publicização das suas redes sociais e a navegação por dentro dessas redes por outras pessoas. Pesquisadores revisitados: Boyd, 2010; Freeman, 2004; Lemieux; Oimet, 2004; Scott, 2004; Degenner; Forsé, 1999; Wasserman; Faust, 1994; Wellman; Berkowitz, 2007; Granovetter, 1973; Ellison; Steinfeld; Lampe, 2007; Wellman, 2001; Burt, 1992; Mizurichi, 2006; Passerino; Montardo; Berkenstein, 2007; Kadushin, 2005; Kleinberg, 2007.

vi A distância entre dois nós na rede é denominada “grau” ou “grau de separação”. Assim, ao determinar essa distância, determina-se também a rede onde serão coletados os dados.

vii As ferramentas mais utilizadas hoje são: YourTwrapperKeeper (<https://github.com/540co/yourTwrapperKeeper>), para retirar dados do Twitter; NodeXL (<http://nodexl.codeplex.com/>), que funciona como uma aba no Windows Excel e o NetVizz (<https://apps.facebook.com/netvizz/>), que vem com *crawlers* embutidos, para facilitar o trabalho de coleta do pesquisador (RECUERO, 2014, p. 7).

viii A noção de empoderamento que trabalhamos neste artigo é aquela próxima da noção de autonomia, que leva os indivíduos e grupos a decidirem sobre as questões que lhes dizem respeito, ou seja, numa perspectiva emancipatória que leva os envolvidos a angariar recursos que lhes permitam ter voz, visibilidade, influência e capacidade de ação e decisão, conforme discussão de Rodrigo Rossi Horochovski e Giselle Meirelles no artigo “Problematizando o conceito de empoderamento”, publicado nos Anais do II Seminário Nacional Movimentos Sociais, Participação e Democracia (25-27/04/2007, UFSC, Florianópolis, Brasil).

ix Realizada entre 1997-1998, com resultados publicados em 1999, a pesquisa foi financiada pela Fapesp e coordenada por Ismar de Oliveira Soares, professor da ECA-USP e coordenador do Núcleo de Comunicação e Educação (NCE-USP). Foram ouvidos 172 especialistas de 14 países da América Latina, além de Portugal e Espanha. A pesquisa detectou que as práticas comunicativas se distanciavam dos campos da Comunicação e da Educação, pois se embasavam em perspectivas totalmente diferenciadas (SOARES, 1999).

x Esta postagem estava em destaque como primeiro comentário na linha do tempo (*time line*), porque à medida que as pessoas vão comentando ou curtindo, outras postagens podem aparecer acima das anteriores. Disponível em: https://www.facebook.com/hashtag/leidam%C3%ADdiademocr%C3%A1tica?source=feed_text&story_id=793423384045372

xi Site criado pelo jornalista Luís Nassif; vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XdJKrRADqGQ&feature=youtu.be>