



**O “TIPPING POINT” DOS PROTESTOS DE JUNHO DE 2013
NO BRASIL:
uma análise do papel das velhas e das novas mídias na
política hoje¹**

**THE "TIPPING POINT" OF 2013 JUNE PROTESTS IN
BRAZIL: an analysis of the role of old and new media in
politics today**

Rose Marie Santini²; Rafael Rezende*; Danilo Silva*; Camyla Terra*;
Heloísa Traiano*; Kenzo Soares*; Marcela Orlandis*,
Tulio Brasil**; Clara Rescala**.

Resumo: Este artigo analisa as possíveis relações entre o uso das mídias sociais nas mobilizações online e a cobertura da grande mídia nos protestos no Brasil em 2013, também conhecidos como Manifestações dos 20 centavos, Manifestações de Junho ou Jornadas de Junho. Para desenvolver a pesquisa comparamos as matérias jornalísticas dos principais jornais impressos brasileiros (O Globo, Extra, Folha de S. Paulo, Estadão e O Dia) com as atividades dos usuários mais influentes no Twitter na difusão de mensagens sobre as manifestações no país no período de 01 a 30 de junho de 2013. O trabalho combinou diferentes métodos de pesquisa com o objetivo de analisar em que medida as mensagens dos usuários na Internet antecipam os acontecimentos nas ruas e determinam, são determinadas ou coincidem com a conotação das matérias jornalistas sobre os protestos. Os resultados apontam tendências nas dinâmicas emergentes de organização social que podem indicar o papel das velhas e das novas mídias na política hoje.

Palavras-Chave: Manifestações Junho 2013. Mídias Sociais. Mídia Tradicional.

Abstract: This article examines the possible relationship between the use of social media in online demonstrations and the major media coverage in the protests in Brazil in 2013, also known as manifestations of 20 cents, June

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Sociedade Civil do VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VI COMPOLÍTICA), na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), de 22 a 24 de abril de 2015.

² Professora da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Professora permanente do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação do convênio ECO-UFRJ/IBICT. Email: marie.santini@eco.ufrj.br.

*Graduandos em Comunicação Social da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ).

** Graduados em Comunicação Social da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ).

demonstrations or June Journey. To develop this research, we compared the news stories of the main Brazilian Newspapers (O Globo, Extra, Folha de S. Paulo, Estadão and O Dia) with the activities of the most influential users on Twitter in disseminating messages about events in the country period 01-30 June 2013. The study used different research methods in order to analyze in what extent users' messages on the Internet anticipate the events in the streets and determine, are determined or match the connotation of journalists materials about the protests. The results show trends in emerging dynamics of social organization that may indicate the role of old and new media in politics today.

Keywords: 2013 June Demonstrations. Social Media. Traditional Media.

1. Introdução

Este artigo analisa as possíveis relações entre o uso das mídias sociais nas mobilizações online e a cobertura da grande mídia nos protestos no Brasil em 2013, também conhecidos como *Manifestações dos 20 centavos*, *Manifestações de Junho* ou *Jornadas de Junho*.

As *Manifestações de Junho* foram consideradas como uma das maiores mobilizações populares no país desde o impeachment do presidente Fernando Collor em 1992 e contou com a simpatia de 84% da população brasileira, segundo pesquisa do Ibope de agosto de 2013. Tal fenômeno social emergiu no país sob a influência da Primavera Árabe, das mobilizações globais precursoras chamadas *Occupy* e do *Movimiento 15-M* ou *Indignados* na Espanha, que juntos apresentaram processos similares de “propagação viral” de mensagens online como fator-chave para a convocação da população às ruas.

Embasado nas teorias da ação coletiva e nas pesquisas sobre difusão de cascatas de informação em redes online, este artigo partiu das seguintes questões: Que tipo de informação sobre os protestos se difunde nas redes sociais online?; Que tipo de usuário-ator contribui para tal difusão?; Como a mídia tradicional interage com as novas mídias?; O tipo de cobertura jornalística das mídias tradicionais ajudam ou atrapalham na amplificação das mensagens sobre os eventos?; Como as velhas e novas mídias influenciaram na formação da opinião pública sobre as manifestações?

Portanto, a partir de uma revisão teórica e da análise empírica mencionada, este trabalho propõe discutir as lógicas sociais de contágio de opinião e de ação coletiva através do uso das tecnologias de informação e comunicação. A pesquisa encontra-se em andamento, porém os resultados preliminares apontam tendências nas dinâmicas emergentes de organização social que podem indicar o papel das velhas e das novas mídias na política hoje.

2. Ação coletiva a partir da difusão da informação em Rede

Uma das principais questões que intrigam os estudiosos e pesquisadores em ação coletiva é compreender o que faz com que as pessoas contribuam para o bem público quando, em virtude de ser público, podem usufruí-los sem ter que contribuir para a sua provisão. O problema, conforme concebido pela abordagem clássica de Olson (1965), é suscitado quando assumimos que os indivíduos são atores racionais motivados por interesses pessoais.

Ao ponderar sobre os custos e benefícios da participação, os atores racionais encontram fortes incentivos para tentar conquistar direitos “gratuitamente”, ou seja, sem esforço ou investimento pessoal. Esta questão se refere a um clássico dilema social que nos conduz a uma armadilha: por um lado, é importante para todos que os bens públicos sejam produzidos, porém os indivíduos preferem que outros façam o esforço para realmente produzi-los. Por outro, se todos raciocinarem nesta linha, nenhum bem público será produzido, conquistado e oferecido – o que será ainda pior para todos.

Este dilema social recebeu atenção de diferentes vertentes de pesquisa nas Ciências Sociais. No campo da política, por exemplo, é chamado de “Tragédia do Commons”, onde os interesses individuais de curto prazo são priorizados em detrimento dos interesses de longo prazo do grupo (Hardin, 1982; Ostrom, 1990). Em pesquisas eleitorais este dilema é expresso através do “Paradoxo de Votação” (Downs, 1957) que coloca a seguinte questão: por que as pessoas se preocupam em votar quando o impacto de seu voto é insignificante no resultado final, e

portanto, os custos da ação excedem os benefícios? No caso dos estudos sobre os movimentos sociais, a questão que se coloca é compreender o que faz com que as pessoas participem de protestos, e façam parte de manifestações que expressam demandas coletivas, quando estas mesmas pessoas podem apenas usufruir dos benefícios sem esforços?

Muitos pesquisadores, ao investigar porque as pessoas se engajam em ações coletivas, em detrimento dos interesses racionais individuais, começam a assumir as possibilidades de desvio de racionalidade e de previsibilidade. Esta perspectiva considera a ação sob os efeitos das normas sociais, de acordo com a tradição sociológica, mas passa a ponderar as pressões de grupos, a influência social e o contágio como variáveis determinantes na gênese da ação coletiva (Coleman, 1990; Elster, 1989; Tarde, 2005, 1976; Watts, 2009). A recente onda de mobilizações no mundo ilustra bem este argumento na medida em que o engajamento não é a estratégia dominante de organização social na contemporaneidade, entretanto assistimos ao desencadeamento de protestos em larga escala cujas lógicas sociais precisam ser explicadas.

Pesquisas desenvolvidas diante deste enquadramento teórico assumem que os atores não tomam decisões de forma isolada, mas ao contrário, estão envolvidos em uma densa rede de interações sociais cuja estrutura permite tanto a aplicação eficaz de normas e valores sociais como a propagação de sua reputação diante dos agentes e instituições envolvidas. Tal pressuposto vai de encontro a um dos principais preceitos teóricos de Olson (1965) que consiste em afirmar que: a menos que os grupos permaneçam pequenos ou concebam mecanismos para estimular a ação individual de acordo com interesses comuns, os indivíduos racionais, centrados em interesses próprios, serão sempre tentados a criar mecanismos para usufruir de conquistas coletivas sem investimento pessoal, ou seja, “a custa dos outros”.

Entretanto, as redes de relações sociais importam, não somente porque permitem o controle e a auto-regulação dos grupos, mas também porque encorajam seus membros a desenvolverem uma espécie de “senso de eficácia” que estimula as contribuições individuais. A pergunta que os atores se colocam quando

confrontados com a decisão de participar ou não de um esforço coletivo, segundo os argumentos de Olson (1965), não é tanto sobre seu benefício, mas sim sobre sua eficácia - ou seja, depende de saber se muitos outros atores aderiram a ponto de constituir uma massa crítica (Gould; 1993; Macy, 1991; Marwell & Prael, 1988; Oliver & Marwell, 1988; Oliver, Marwell, & Teixeira, 1985).

Os modelos empíricos analisados até o momento sobre ação coletiva indicam que os atores não decidem em paralelo, ou ao mesmo tempo, mas de forma sequencial. Tal estratégia lhes permite analisar quantos estão aderindo ao movimento antes de aderir também. Considerando os indivíduos heterogêneos em diversos aspectos, inclusive em sua inclinação para a participação política ou não, a decisão sequencial permite aos atores que não consideraram a possibilidade de adesão em um determinado momento possam aderir mais tarde, na medida em que percebem que uma massa crítica foi atingida.

Este argumento se refere à Teoria do Limiar de Granovetter (1978), atualizadas posteriormente por Valente (1996) e Watts (2010), que indica que o comportamento dos indivíduos depende do número de outros indivíduos que já estejam exercendo tal ação. Granovetter (1978) constata que as pessoas possuem diferentes “limiares” em relação a quantos outros atores precisam ser percebidos como participantes antes de tomar a decisão de se juntar a um determinado movimento. Portanto, a distribuição dos limiares determina o resultado do comportamento coletivo.

Diante desta perspectiva, a influência social e a tomada de decisão apresentam-se como variáveis interdependentes cuja combinação aciona uma reação em cadeia que reduz a necessidade de incentivos seletivos, como por exemplo, retribuições individuais materiais ou simbólicas. Sob os efeitos da influência social, a ação coletiva aproxima-se mais da lógica de contágio social do que de um processo dependente de incentivos.

Tal “dimensão contagiosa” da ação coletiva aproxima de outros modelos de difusão (Young, 2003, 2009). Desse modo, os estudos de rede são cruciais para compreender a transmissão de comportamento social. A rede enquanto estrutura social indica o modo como os indivíduos monitoram os grupos de referência antes

da tomada de decisão e sua arquitetura pode apontar as direções em que ocorrem os processos de difusão e contágio. Por exemplo, dois atores com o mesmo limiar, mas com diferentes redes pessoais, podem aderir a uma ação coletiva em momentos diferentes. De outro modo, atores inseridos em redes maiores e mais dispersas entre si precisarão de mais tempo para perceber e considerar a existência de uma massa crítica (Valente, 1996; Watts & Dodds, 2010).

Por isso, o modelo de rede não somente indica a interdependência entre fenômenos sociais, mas aponta que algumas das características de sua própria estrutura (como tamanho, densidade ou centralização) também afetam a velocidade e o alcance das reações em cadeia (Gould, 1993; Marwell & Pahl, 1988; Oliver & Marwell, 1988; Siegel, 2009). Uma quantidade significativa de atores altamente motivados é necessária para iniciar uma cadeia, mas a posição destes atores na rede, e a posição daqueles aos quais estes estão ligados, também são relevantes para o modo como tais cascatas irão (ou não) se desdobrar.

Os modelos explicativos baseados na difusão em rede ajudam a analisar o provimento de bens públicos não como um fenômeno de decisão binária (“sim” ou “não”), mas como processo contínuo onde o que importa é a proporção de usuários que contribuem e o tempo que leva para constituir uma massa crítica de participantes. A interdependência entre as decisões individuais e sua adesão em cadeia transcendem os parâmetros de cálculo racional, acrescentando uma complexidade às dinâmicas sociais emergentes que não podem ser capturadas apenas em termos de custo-benefício individual.

O foco nos processos de difusão para os estudos da ação coletiva nas ciências sociais se opõe conceitualmente às abordagens clássicas da economia sobre o tema (que pressupõem a racionalidade na tomada de decisão individual). Ao assumir que os atores aprendem com a experiência, “adaptando suas decisões de acordo com o *feedback* social” (Macy 1991, p. 731), a teoria de redes cria possíveis interseções no campo da sociologia entre visões tradicionalmente antagônicas como as de Emile Durkheim (1989) e Gabriel Tarde (1976). A perspectiva teórica inovadora inaugurada pelos estudos de redes considera que os

limiares individuais são determinados, ao mesmo tempo, pelos processos de influência social e contágio no nível micro, e pelas normas sociais no nível macro.

Segundo Gould (1993, p. 183), os limiares individuais respondem tanto a princípios normativos (a uma lei ou regra social, por exemplo) como a uma inclinação individual para contribuição, que é singular e condicionada a proporção de outros atores que também estão dispostos a contribuir. A participação, portanto, é contingente em relação às ações dos outros (quando e o quanto os atores estão dispostos a se envolver).

Embora não resolva o “Dilema do Voluntário” inicial (por exemplo, quem decide tomar a iniciativa e fazer o primeiro movimento), é a estrutura da rede que viabiliza o contágio. Ou seja, é a difusão de informações, ideias, opiniões e comportamentos através das interações sociais que sustenta o desencadeamento descentralizado de muitos protestos e mobilizações. Exemplos desta dinâmica de rede têm sido encontrados em diferentes pesquisas sobre manifestações políticas, mobilizações sociais, organização de sindicatos, engajamento político de eleitores em votações etc. (ver: Biggs, 2005; Gould, 1991; Hedström, 1994; Lohmann, 1994; Rolfe, 2010).

A onda de protestos no mundo a partir de 2011 oferece um terreno empírico inédito para avaliar se estas dinâmicas estão mudando na era digital. Os movimentos como a Primavera Árabe, os *Indignados*, e o *Occupy Wall Street*, assim como as Manifestações de Junho de 2013 no Brasil, diferem amplamente por suas motivações e pelas contingências conjunturais de seus contextos locais. Entretanto, estes protestos apresentam duas características comuns. Por um lado, o surgimento e a coordenação das ações ocorreram sem a necessidade de constituir uma estrutura típica das organizações formais. Por outro, estes movimentos conseguiram envolver e levar às ruas um grande número de pessoas que foram recrutadas e mobilizadas através das redes online. A maior parte das mensagens políticas de engajamento e convocação, recebidas por diferentes grupos e públicos, foi difundida através de plataformas digitais como o Facebook e o Twitter.

Este novo fenômeno de recrutamento online desafia dois pressupostos fundamentais das teorias tradicionais sobre a ação coletiva: 1) que os custos da

participação individual incentivam o comportamento de “parasitismo” ou “*free-riding*” (espécie de “carona social”); e 2) que as organizações formais e que os pequenos grupos de interação são necessários para incentivar as contribuições individuais.

O novo ambiente de comunicação criado pelas tecnologias digitais conectadas à Internet reduziu significativamente os custos de participação política da população. Alguns autores argumentam que esta diminuição de custo torna o problema do “parasitismo social” menos problemático e o papel das organizações na aplicação de sanções, ou incentivos seletivos, menos significativo (Bimber, Flanagin, & Sthol, 2005; Lupia & Sin, 2003).

As redes on-line permitem às comunidades de interesse se auto-organizarem, sem a necessidade de estruturas formais ou de co-presença, além de criarem meios para a difusão de novas táticas comunicacionais que ampliam o repertório dos protestos (Earl, 2010; Earl & Kimport, 2011; Shirky, 2008).

Os tradicionais padrões de difusão de mensagens políticas não desaparecem, mas são esgarçados pela estrutura das redes online. Este argumento sugere que os mesmos mecanismos de influência social, aprendizagem ou contágio estão em jogo e ocorrem nestes protestos, porém em escalas inéditas. Portanto, cabe investigar se há realmente uma diferença qualitativa, ou apenas quantitativa, entre os limites da ação coletiva online e off-line. Ou seja, é preciso analisar se, com o uso da Internet, há mudanças nas lógicas sociais das mobilizações ou apenas um aumento na escala de transmissão das mensagens.

Os dois principais aspectos da difusão em larga escala – a ativação dos limiares no nível individual e as reações em cadeia no nível coletivo - operam tanto online como off-line. Atores em posições centrais na rede (os hubs) ou atores com posições semelhantes entre si são determinantes nos processos de difusão devido aos canais de distribuição que suas redes locais viabilizam (Burt, 1987; Iyengar, Van den Bulte, e Valente, 2011; Marwell & PRAHL, 1988; Valente, 1996).

Não só a teoria de redes, como os estudos clássicos sobre os movimentos sociais, destacam a importância da centralidade dos atores para atingir e mobilizar os recursos essenciais para o sucesso de uma ação coletiva (Diani & McAdam, 2003). Os custos pecuniários não são tão relevantes no ambiente online: a

escassez de atenção e o tamanho das audiências é o que mais importa, em especial quando se trata de expor as pessoas a informações que não seriam encontradas de outra forma ou cujo acesso seria improvável.

Outra questão crucial para a análise da dinâmica das redes no mundo atual é avaliar a forma como a exposição a uma fonte comum e global de informação (meios de comunicação tradicionais ou campanhas de marketing) interage com a transmissão de mensagens pelas redes locais. Estudos anteriores demonstraram que, o que parecia ser um exemplo de difusão (Coleman, Menzel, & Katz, 1957) era o resultado de campanhas de marketing (van den Bulte & Lilien, 2001), indicando que a fonte de pressão social era exógena e não interior à rede, como se pensava.

A hipótese comum à maioria dos trabalhos acadêmicos sobre os protestos de 2011 no mundo é que eles foram orientados e dirigidos através da comunicação on-line. No entanto, os grandes meios de comunicação como AlJazeera, BBC e CNN também cobriram os eventos em tempo real (González-Bailón, Borge-Holthoefer & Moreno, 2013). Myers (2000), por exemplo, destaca que há evidências em pesquisas anteriores que ressaltam a importância dos meios de comunicação de massa na difusão de ondas de mobilizações no passado. Portanto, articular uma reflexão sobre o papel das novas e velhas mídias na agitação social requer considerar a forma como os meios tradicionais interagem com os eventos, tanto através de seus emissores “broadcast” off-line como também enquanto atores on-line.

Os estudos dos modelos de difusão permitem medir o sucesso de uma ação, não em termos absolutos, mas em termos relativos. Ou seja, esta abordagem permite analisar como uma fração de uma população adere a uma determinada ação e o tempo que leva este processo, considerando os efeitos de rede e as externalidades.

Portanto, a observação das dinâmicas de difusão de informação abre uma importante vertente teórico-metodológica no campo da comunicação para investigar os tipos de protestos que emergem online. As mobilizações políticas que surgem na Internet parecem ser mais transitórias do que aquelas tradicionalmente apoiadas por organizações estabelecidas (Bennett, 2003) e parecem ter propósitos menos

unificados, como ilustra o conceito de “flash ativismo”³ de Earl & Kimport (2011, p 73).

A teoria de redes, aplicada aos objetos de estudo das ciências sociais, nos permite compreender a dinâmica de formação e crescimento dos grupos e os mecanismos através dos quais um comportamento alcança novos subgrupos em uma determinada população. Ao invés de analisar os recursos ou os incentivos seletivos (que são os dois elementos teóricos enfatizados nas abordagens clássicas sobre as ações coletivas), os modelos teóricos da difusão de informação se baseiam na influência social e na dinâmica da rede. Esta é uma opção conceitual que oferece possibilidades metodológicas para a análise das lógicas sociais da ação coletiva na era digital, no qual as fronteiras entre público e privado são mais porosas e as redes pessoais podem ser facilmente utilizadas para causas públicas (Bimber 2005: 378).

A maioria das pesquisas recentes sobre a participação política digital considera, explícita ou implicitamente, que a Internet modifica o cálculo de custo-benefício dos atores potenciais. Entretanto, procuramos neste trabalho investigar como a ação articulada das velhas e novas mídias pode gerar o ponto de inflexão (*tipping point*) para o desencadeamento de reações em cadeia, que acabam por construir uma massa crítica de participantes em uma determinada causa ou movimento social.

3. Método de pesquisa

Para desenvolver esta pesquisa comparamos as matérias jornalísticas dos principais jornais impressos brasileiros (O Globo, Extra, Folha de S. Paulo, Estadão e O Dia) com as atividades dos usuários mais influentes no Twitter na difusão de mensagens sobre as manifestações no país no período de 01 a 30 de junho de 2013. Através do serviço *Clip na Web* foram coletadas 230 reportagens que

³ Alusão à ideia de *Flash Mobs*, que se referem a aglomerações instantâneas de pessoas em certo lugar para realizar determinada ação inusitada, previamente combinada. Estas aglomerações de pessoas se dispersam tão rapidamente quanto se reuniram. A expressão geralmente se aplica a reuniões organizadas através de e-mails ou de redes sociais online.

coberam os protestos. Estas reportagens foram classificadas e organizadas de acordo com a conotação das matérias e seus títulos, a partir do método de análise de conteúdo.

No âmbito das mídias sociais foram monitoradas no mesmo período as atividades online dos usuários mais influentes (com maior número de seguidores e/ou retweets) através das oito principais *hashtags* utilizadas no Twitter sobre as manifestações (*#Verasqueumfilhoteunaofogealuta*; *#Vemprarua*; *#MudaBrasil*; *#GiganteAcordou*; *#ProtestoSP*; *#ProtestoRJ*; *#AcordaBrasil*; *#ChangeBrasil*) através do software *Topsy*.

O trabalho combinou diferentes métodos de pesquisa com o objetivo de analisar em que medida as mensagens dos usuários na Internet antecipam os acontecimentos nas ruas e determinam, são determinadas ou coincidem com a conotação das matérias jornalistas sobre os protestos.

Embasado nas teorias da ação coletiva e nas pesquisas sobre difusão de cascatas de informação em redes online, este artigo partiu das seguintes questões: Que tipo de informação sobre os protestos se difunde nas redes sociais online?; Que tipo de usuário-ator contribui para tal difusão?; Como a mídia tradicional interage com as novas mídias?; O tipo de cobertura jornalística das mídias tradicionais ajudam ou atrapalham na amplificação das mensagens sobre os eventos?; Como as velhas e novas mídias influenciaram na formação da opinião pública sobre as manifestações?

A partir da revisão teórica e da análise empírica mencionada, este trabalho propõe discutir as lógicas sociais de contágio de opinião e de ação coletiva diante das atuais tecnologias de informação e comunicação. Os resultados apontam tendências nas dinâmicas emergentes de organização social que podem indicar o papel das velhas e das novas mídias na política hoje.

4. Análise dos Resultados

Em relação às reportagens jornalísticas publicadas nos principais jornais impressos brasileiros - O Globo, Extra, Folha de S. Paulo, Estadão e O Dia -

analisamos a conotação dos títulos e das matérias separadamente. A análise de conteúdo das 230 reportagens publicadas no período de 01 a 30 de junho de 2013 apresentou os resultados indicados nos Gráficos 1 e 2. Cabe comentar que no dia 22 de junho de 2013 não conseguimos coletar as matérias publicadas em nenhum dos jornais estudados devido a problemas tecnológicos.

Gráfico 1

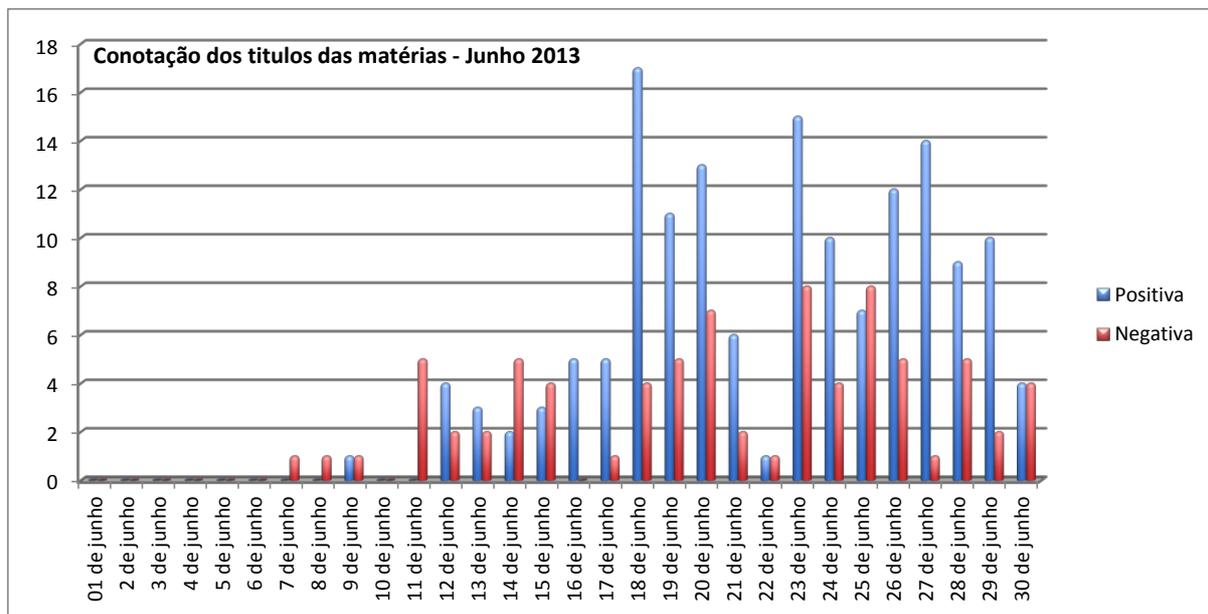
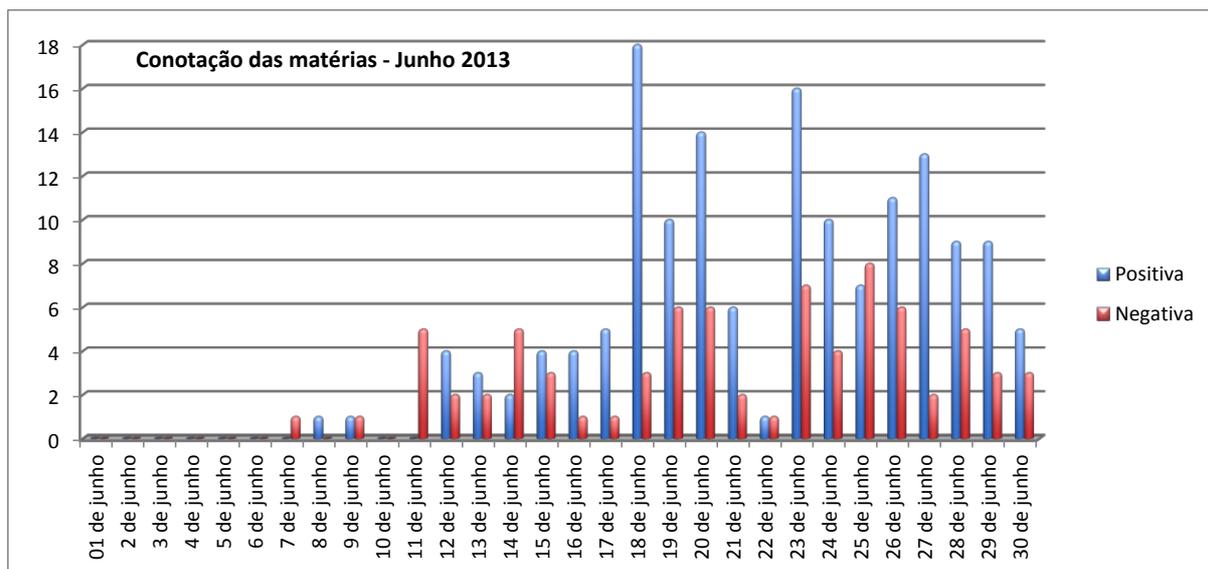
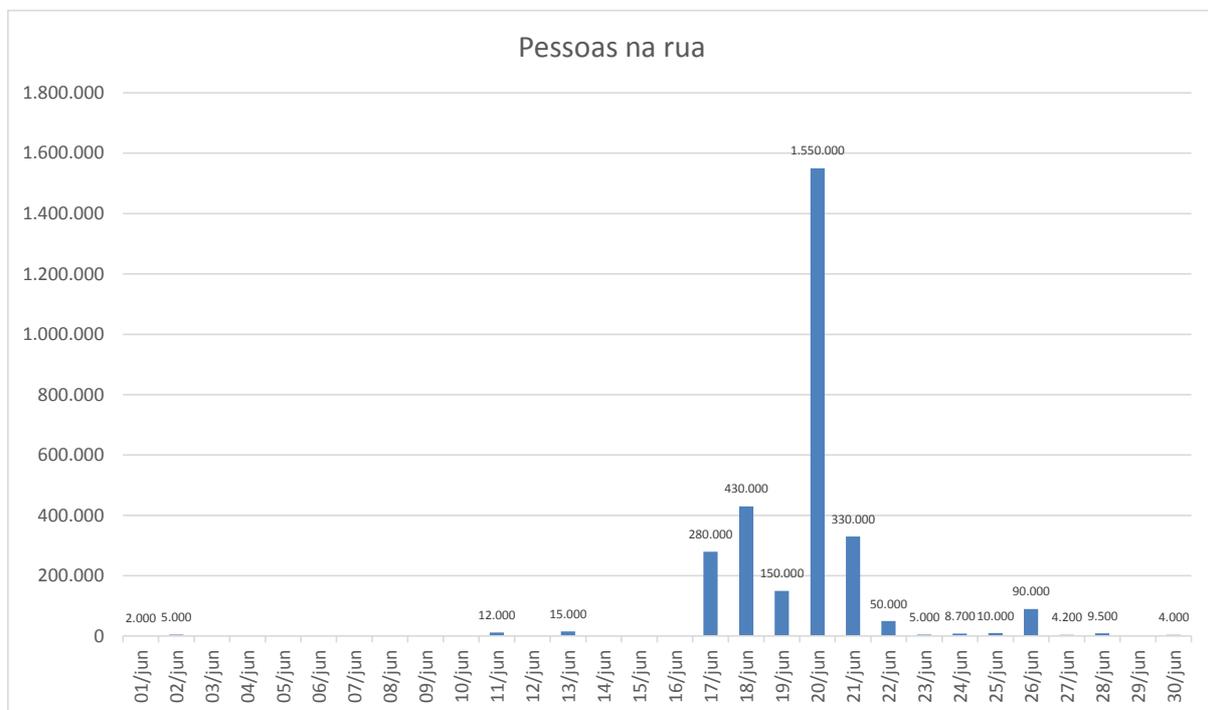


Gráfico 2



Os gráficos 1 e 2 mostram que os principais jornais começaram a apoiar as manifestações de junho de 2013, através de matérias com conotação positiva, a partir do dia 18 de junho - dois dias antes da grande manifestação do dia 20 de junho em todo o país que levou mais de um milhão e meio de pessoas às ruas. O Gráfico 3 mostra o crescimento das mobilizações por dia nas ruas de acordo com os números divulgados nos próprios jornais analisados.

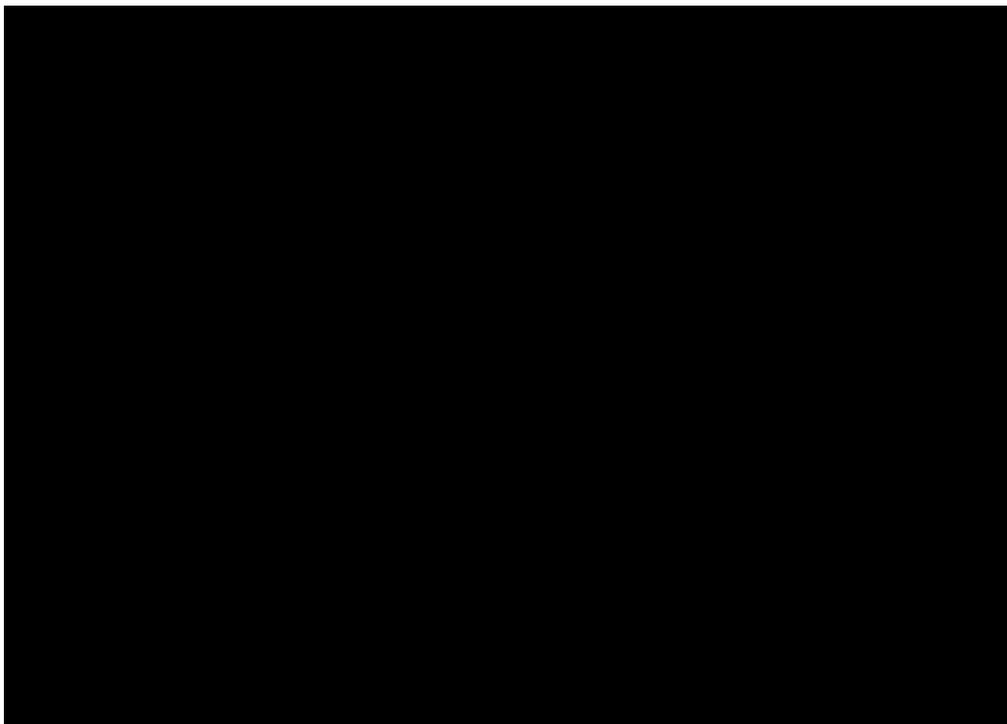
Gráfico 3



Com o objetivo de articular a análise da cobertura da mídia tradicional com as atividades nas mídias digitais, conforme mencionado anteriormente, foram monitoradas no mesmo período de 01 a 30 de junho as atividades online dos usuários mais influentes (com maior número de seguidores e/ou retweets) no Twitter, através das oito principais *hashtags* utilizadas sobre as manifestações. São elas: #Verasqueumfilhoteunaofogealuta; #Vemprarua; #MudaBrasil; #GiganteAcordou; #ProtestoSP; #ProtestoRJ; #AcordaBrasil; #ChangeBrasil)

através do software Topsy. Segundo os dados extraídos do software Topsy neste período, o uso das hashtags escolhidas ao longo do mês de junho se distribuiu da seguinte maneira:

Gráfico 4



Como se pode observar no Gráfico 4, o ponto de inflexão no qual as hashtags do Twitter alcançam quase um milhão de tuitos ocorre no dia 18 de junho, data que coincide com a publicação de matérias jornalísticas, pelos jornais tradicionais, com conotação de apoio à mobilização que já havia começado nas ruas.

Ao analisar os tipos de usuários mais influentes (com maior número de seguidores e/ou retuítes) indicados pelo software Topsy através da extração de dados das oito principais *hashtags* utilizadas no Twitter sobre as manifestações, encontramos os perfis apresentados no Gráfico 5 a seguir. Os usuários foram classificados em: 1) celebridades broadcast (ou seja, da mídia de massa tradicional); 2) portal de mídia tradicional (sites de veículos de comunicação de massa); 3) celebridades da Internet; e 3) usuários comuns.

O Gráfico 6 mostra os perfis dos usuários mais influentes no Twitter que usaram as hashtags analisadas. O Gráfico está ordenado de acordo com o número de publicações por usuário.

Gráfico 5

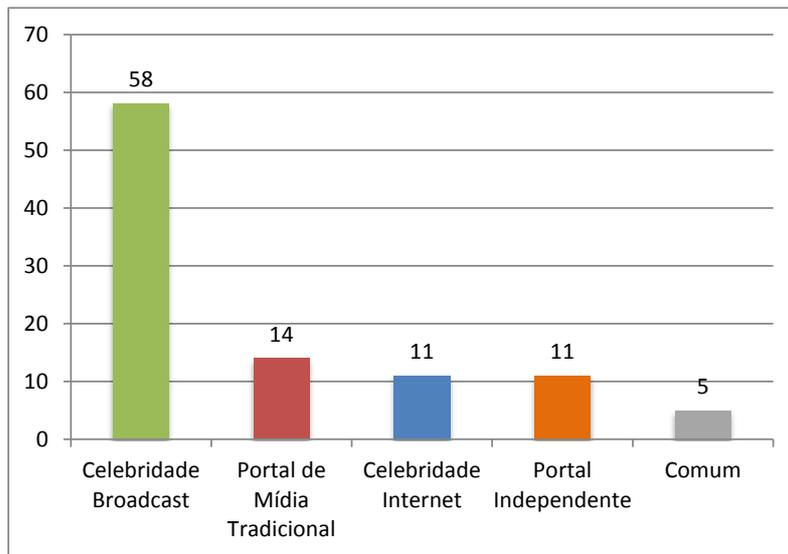
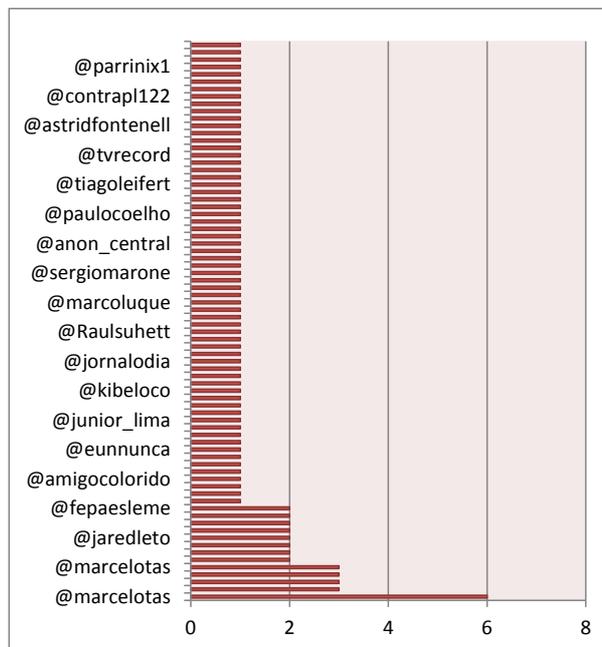


Gráfico 6



5. Considerações finais

Desvendar as motivações sociais para a ação política e para a provisão de bens públicos há muito tem intrigado os cientistas sociais. Não somente pela influência dos pressupostos da teoria econômica neoclássica, que considera a racionalidade individualista um fator determinante, como devido à prevalência desta suposição em relação aos “custos” da tomada de decisão em prol de causas coletivas. Entretanto, recentes discussões entre teóricos e especialistas que analisam a aurora de “uma nova política” em nosso tempo tendem a indicar a Internet como uma ferramenta de inovação social para a democracia representativa, principalmente por diminuir os custos individuais de participação política.

Os dados apresentados neste artigo e a revisão teórica realizada indicam que a simples “redução dos custos” pessoais e sociais é real, mas não é a única maneira pela qual a Internet está mudando a lógica da ação coletiva. As redes online também reforçam a interdependência de variáveis na tomada de decisão. Significa dizer que o fato dos atores tomarem decisões no contexto de seus grupos de referência altera seu comportamento e influencia a sua decisão final.

Este argumento nos leva a refletir sobre a ação coletiva não tanto como um problema de incentivos que compensam ou não os custos de participação, mas sim como uma questão de comunicação: ter acesso a informações relevantes sobre o assunto modifica a avaliação da eficácia da participação.

As redes de comunicação difundem informações que permitem aos agentes inferir o modo como muitas outras pessoas, no nível macro e micro, estão se engajando ou participando de um determinado movimento social. Portanto, estas redes funcionam como um dispositivo de controle do entorno e de vigilância coletiva mais ampla. O monitoramento online do comportamento dos grupos de referência é um fato social importante não apenas por aumentar a sensação de eficácia política, mas também por introduzir um comportamento normativo frente aos outros atores potenciais. Por exemplo, os participantes são mais propensos a estar em conformidade com a contribuição média se eles sabem o quanto as outras pessoas estão contribuindo.

A dinâmica das redes sociais facilita a coordenação da ação coletiva através da capilarização de mensagens, que pode desencadear em uma cascata de informação atingindo um elevado número de pessoas em um curto espaço de tempo. Este processo não se desdobra de forma tão eficiente off-line como nas redes online, razão pelas quais plataformas digitais como o Facebook e o Twitter têm desempenhado um papel fundamental na organização dos recentes protestos ao redor do mundo.

No entanto, a observação da dinâmica das redes online levanta uma questão fundamental: quais são os elementos determinantes destas redes que as torna tão eficazes no processo de influência social em prol da participação política?

Os resultados encontrados nesta pesquisa convergem com pesquisas anteriores (como por exemplo, Gerbaudo, 2012; González-Bailón, Borge-Holthoefer & Moreno, 2013) e mostram que os pressupostos de alguns teóricos, de que as redes são constituídas por estruturas horizontais, são infundados. Se as redes sociais online são eficientes para desencadear cascatas de informação é justamente por possuírem uma estrutura extremamente centralizada, que permite atingir um elevado número de pessoas em pouco tempo através de cadeias curtas de difusão.

Nossas análises revelam que as cascatas de informação que maximizaram o número de pessoas expostas a informações sobre as manifestações de Junho de 2013 no Brasil foram desencadeadas por usuários posicionados no centro da rede. Portanto, o alcance de um movimento social qualquer parece está nas mãos de poucas pessoas influentes que possuem elevada exposição na mídia de massa tradicional. No entanto, cabe mencionar que não podemos ignorar a existência de influentes ocultos, atores essenciais no processo de difusão em larga escala por introduzirem os chamados “memes” ou ideias a serem distribuídos.

Os resultados desta pesquisa também indicam que as redes online suplantam a grande mídia nos estágios iniciais do movimento: são elas que oferecem os principais canais para a difusão de informação, ou seja, constroem uma ambiência ou condições de possibilidade para que os protestos avancem.

No entanto, uma vez que os protestos ocuparam as ruas, os meios de comunicação tradicionais começaram a cobrir os eventos. A partir de então a

comunicação online começa a interagir com exposição de informação através dos meios de comunicação de massa. Desse modo, a interação entre as velhas e novas mídias diante das mobilizações sociais parece criar entre elas um efeito de retroalimentação. Tal fenômeno não foi possível de captar ou comprovar com os dados desta pesquisa, mas uma rápida análise através da superposição dos Gráficos 1, 2 e 4 tende a indicar que a interação entre as mídias digitais e as mídias de massa contribui para inflar o número de usuários ativados para participar do movimento.

Cabe mencionar que as mídias tradicionais parecem afetar este processo não somente como fator exógeno, mas como um ator relevante dentro das próprias redes de comunicação online. Nossos dados demonstram que a maioria dos “formadores de opinião” na Internet, indicados pelo software Topsy como os “usuários mais influentes” no Twitter, que possuíam maior número de seguidores, pertencem à categoria de “celebridades broadcast” (ver Gráfico 5 e 6).

No entanto, não podemos desprezar a existência de usuários comuns capazes de competir com os meios de comunicação de massa em termos de centralidade e visibilidade, mesmo que sejam comparativamente poucos (ver Gráfico 5). Por mais que os meios de comunicação de massa tradicionais ainda monopolizem a maior parte do fluxo de informação difundido entre a população brasileira, as redes sociais online podem ajudar a romper com a lógica de conexão preferencial (tendência de reforçar a centralidade dos usuários já centrais). Destacamos que estes usuários são - mesmo enquanto exceção - cruciais para a gestação de mobilizações que ganham relevância social. No caso das manifestações de Junho de 2013 no Brasil, a atividade destes usuários comuns permitiu que o movimento conseguisse chegar ao núcleo de uma rede de difusão de informação altamente centralizada em torno celebridades e hubs de portais da mídia tradicional.

Por fim, este estudo sugere que na medida em que as redes expõem o comportamento e o grau de participação política de um amplo conjunto de usuários, sua dinâmica oferece a chave para compreender um dos mecanismos essenciais para o surgimento da ação coletiva. Segundo Granovetter (1978), o fator necessário para o desencadeamento de reações em cadeia em escalas nacionais e/ou globais é “ativação dos limiares individuais”. Entretanto, as redes online não são os únicos meios para facilitar a ativação dos limiares, mas parecem ser mais eficientes neste processo - se comparadas com os meios de comunicação tradicionais.

Entretanto, argumentamos que nem sempre as redes online poderão cumprir a função de facilitar a ação coletiva. Estas redes atuam em apenas uma, dentre as muitas camadas que compõem as estruturas sociais nas quais estamos inseridos. Significa dizer que, por um lado, não podemos prever a próxima onda de protestos através de uma análise das novas mídias. Por outro, os usos das redes online podem funcionar como gatilho para o crescimento de um movimento qualquer. Porém, novas pesquisas empíricas neste campo fazem-se necessárias para fomentar a discussão sobre o papel das novas e velhas mídias na política contemporânea, para que possamos compreender as lógicas sociais emergentes em nosso tempo.

Referências

- Bennett, W. L. (2003). Communicating Global Activism: Strengths and Vulnerabilities of Networked Politics. *Information, Communication & Society*, 6(2), 143-168.
- Biggs, M. (2005). Strikes as Forest Fires: Chicago and Paris in the late nineteenth century. *American Journal of Sociology*, 110(6), 1684-1714.
- Bimber, B., Flanagin, A., & Sthol, C. (2005). Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment. *Communication Theory*, 15(4), 365-388.
- Burt, R. S. (1987). Social Contagion and Innovation: Cohesion versus Structural Equivalence. *American Journal of Sociology*, 92(6), 1287-1335.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Mass.: Belknap Press of Harvard University Press.



- Coleman, J. S., Menzel, H., & Katz, E. (1957). The diffusion of an innovation among physicians. *Sociometry*, 20, 253-270.
- Diani, M., & McAdam, D. (2003). *Social Movements and Networks. Relational approaches to collective action*. Oxford: Oxford University Press.
- Durkheim, E. (1989). *As Regras do Método Sociológico*. Lisboa: Editorial Presença.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York, NY: Harper and Row.
- Earl, J. (2010). The dynamics of protest-related diffusion on the web. *Information, Communication & Society*, 13(2), 209–225.
- Earl, J., & Kimport, K. (2011). *Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age*. Cambridge, MA: MIT.
- Elster, J. (1989). *The Cement of Society*. Cambridge: CUP.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press.
- González-Bailón, S.; Borge-Holthoefer, J.; Moreno, Y. (2013). Broadcasters and Hidden Influentials in Online Protest Diffusion. *American Behavioral Scientist* XX(X), 1–23.
- Gould, R. (1993). Collective Action and Network Structure. *American Sociological Review*, 58(2), 182-196.
- Granovetter, M. (1978). Threshold Models of Collective Behavior. *American Journal of Sociology*, 83(6), 1420-1443.
- Hardin, R. (1982). *Collective Action*. Baltimore, Maryland: John Hopkins University Press.
- Hedström, P. (1994). Contagious collectivities: on the spatial diffusion of Swedish trade unions, 1890-1940. *American Journal of Sociology*, 99(5), 1157-1179.
- Iyengar, R., Van den Bulte, C., & Valente, T. W. (2011). Opinion Leadership and Social Contagion in New Product Diffusion. *Marketing Science*, 30(2), 195-212.
- Lohmann, S. (1994). Dynamics of Informational Cascades: the Monday Demonstrations in Leipzig, East Germany, 1989-1991. *World Politics*, 47(1), 42-101.
- Lupia, A., & Sin, G. (2003). Which public goods are endangered? How evolving communication technologies affect *The logic of collective action*. *Public Choice*, 117, 315-331.
- Macy, M. W. (1991). Chains of Cooperation: Threshold Effects in Collective Action. *American Sociological Review*, 56(6), 730-747.
- Marwell, G., & Prahl, R. (1988). Social networks and collective action. A theory of critical mass III. *American Journal of Sociology*, 94, 502-534.
- Myers, D. J. (2000). The Diffusion of Collective Violence: infectiousness, susceptibility, and mass media networks. *American Journal of Sociology*, 106(1), 173-208.
- Oliver, P., & Marwell, G. (1988). The Paradox of Group Size in Collective Action: A Theory of the Critical Mass II. *American Sociological Review*, 53(1), 1-8.



Oliver, P., Marwell, G., & Teixeira, R. (1985). A theory of the critical mass. I. Interdependence, group heterogeneity, and the production of collective action. *American Journal of Sociology*, 91(3), 522-556.

Olson, M. (1965). *The Logic of Collective Action: public goods and the theory of groups*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge: Cambridge University Press.

Rolfe, M. (2010). Conditional Choice. In P. Bearman & P. Hedström (Eds.), *Handbook of Analytical Sociology*. Oxford: Oxford University Press.

Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody. The power of organizing without organizations*. New York, NY: Allen Lane.

Siegel, D. A. (2009). Social Networks and Collective Action. *American Journal of Political Science*, 53(1), 122-138.

Tarde, G. (1976). *As leis da imitação*. Porto: Rés Editora.

Tarde, G. (2005). *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes.

Valente, T. W. (1996). Social network thresholds in the diffusion of innovations. *Social Networks*, 18, 69-89.

Watts, D. J. (2009). *Seis graus de separação*. São Paulo: Leopardo.

Watts, D. J., & Dodds, P. S. (2010). Threshold Models of Social Influence. In P. Bearman & P. Hedström (Eds.), *Handbook of Analytical Sociology*. Oxford: Oxford University Press.

Young, H. P. (2003). The Diffusion of Innovations in Social Networks. In L. E. Blume & S. N. Durlauf (Eds.), *The Economy as an Evolving Complex System* (pp. 267–282). Oxford: Oxford University Press.

Young, H. P. (2009). Innovation Diffusion in Heterogeneous Populations: Contagion, Social Influence, and Social Learning. *American Economic Review*, 99(5), 1899-1924.