

## **Quem Retuita Quem? Papéis de ativistas, celebridades e imprensa durante os #protestosbr no Twitter<sup>1</sup>**

### **Who Retweets Whom: The role of activists, celebrities and press during #protestosbr on Twitter**

Gabriela da Silva Zago\*, Raquel da Cunha Recuero\*\*, Marco Toledo Bastos\*\*\*

\* Professora adjunta, Universidade Federal de Pelotas. Rua Alberto Rosa, 62, 96010-770, Pelotas, RS, Brasil. (gabriela.zago@ufpel.edu.br)

\*\* Professora adjunta, Universidade Católica de Pelotas. Gonçalves Chaves, 373, 96015-560, Pelotas, RS, Brasil. (raquel.recuero@ucpel.edu.br)

\*\*\* Pós-doutor, Universidade da Califórnia, Davis. One Shields Avenue, 1023 Wickson Hall, 95616 Davis, Califórnia, Estados Unidos. (bastos@ucdavis.edu)

#### Resumo

O trabalho tem por objetivo identificar características na apropriação de três grupos específicos que contribuíram para a difusão de informações no Twitter durante os protestos realizados em Brasil a partir do mês de junho de 2013: ativistas, celebridades e imprensa. Para identificar semelhanças e diferenças entre os grupos, usamos uma combinação de análise de conteúdo de foco referencial com análise de redes sociais. Os resultados apontam para papéis complementares entre os grupos na difusão de informações sobre os protestos.

Palavras-Chave: difusão de informações; protestos; sites de rede social; Twitter.

#### Abstract

In this paper, we aim to identify elements of the appropriation of three specific groups that contributed to the information diffusion on Twitter during the protests that took place in Brazil on June 2013: activists, celebrities and the press. In order to identify similarities and differences among the groups, we used a combination of referential content analysis with social network analysis. Our findings point to complementary roles among the groups in the information diffusion about the protests.

Keywords: information diffusion; protests; social network sites; Twitter.

## **Introdução**

Os protestos que ocorreram no Brasil a partir de junho de 2013 foram objeto de inúmeros debates e mensagens nos sites de rede social<sup>2</sup>. Informações diversas circularam em sites como o Twitter, tanto a

---

<sup>1</sup> Uma versão preliminar deste trabalho foi apresentada no 23º Encontro Anual da Compós, realizado em Belém-PA-Brasil em junho de 2014.

<sup>2</sup> Sites de rede social são espaços da web que permitem a criação e manutenção de redes sociais (Recuero, 2009), através de perfis representando indivíduos, de interações a partir desses perfis e da publicização das conexões entre os indivíduos (boyd & Ellison, 2007).

partir de veículos de imprensa quanto a partir de pessoas que estavam tuitando a partir dos locais dos protestos, ou, ainda, por aqueles que compartilhavam as mensagens a partir de suas casas. De diferentes lugares e por diferentes motivações, diversos atores sociais contribuíram para a cobertura dos protestos. Inicialmente constituídos como um movimento contra o aumento das passagens de transporte público, os protestos multiplicaram-se durante o mês e aumentaram seu escopo de demandas, incluindo também manifestações contra os gastos com infraestrutura para eventos esportivos internacionais a serem realizados no país<sup>3</sup>, corrupção, saúde e educação<sup>4</sup> e etc. Durante os protestos, sites como Twitter e Facebook exerceram um papel importante na articulação e reverberação dos mesmos<sup>5</sup>, não apenas para os participantes do evento mas, igualmente, para quem não estava presente, como uma forma de poder acompanhar o que estava acontecendo nas ruas.

Nesse contexto, aqui discutimos os protestos ocorridos no Brasil a partir de dados coletados no Twitter nos meses de junho e julho de 2013. Nosso objetivo é explorar a dinâmica de difusão de informações dos protestos focando os tipos de atores mais envolvidos na propagação das informações. Assim, a questão que guia este trabalho é: Como a participação de diferentes tipos de atores atuou na difusão de informações nos protestos no Twitter? A partir deste foco, pretendemos também explorar como essa atuação relaciona-se com a localização geográfica desses atores durante os eventos e que tipos de discursos são construídos.

### **Protestos, Participação, Difusão de Informações e Twitter**

A temática do papel dos sites de rede social em protestos políticos não é nova. Vários autores têm focado esses eventos, buscando compreender melhor essa influência, especialmente devido ao seu espalhamento no mundo. Assim, o movimento #Occupy, por exemplo, foi estudado por Gleason (2013); os Indignados, na Espanha, aparecem nos trabalhos de Vallina-Rodriguez, Scelatto, Haddadi, Forsell, Crowcroft e Mascolo (2011) e Toret (2012); bem como outras obras discutem essa articulação também no Brasil (como Malini & Antoun, 2013).

Sabe-se que esses movimentos usam sites de rede social para articular e reverberar suas ações (Castells, 2012; Malini & Antoun, 2013). A estrutura horizontalizada, proporcionada pela mídia digital, bem como a democratização de seu acesso têm, também, um papel na adoção dessas ferramentas nesses contextos. Indivíduos e grupos usam o espaço das redes sociais para participar e conferir novos papéis para essas tecnologias. Entretanto, antes de discutir esses papéis, precisamos focar a questão da participação.

#### *Participação e Ativismo Digital*

Em um contexto de ativismo digital, diferentes atores e papéis podem ser identificados à medida em que os usuários se apropriam dos espaços sociais para a propagação de informações. Neste trabalho, interessam-nos particularmente os papéis relacionados à participação a partir de sites de rede social.

---

<sup>3</sup> <http://noticias.terra.com.br/brasil/cidades/confira-a-cronologia-e-os-principais-acontecimentos-dos-protestos-em-sp,7100898aa144f310VqnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>

<sup>4</sup> [http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/130621\\_livepage\\_protestos\\_sexta\\_jp.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/130621_livepage_protestos_sexta_jp.shtml)

<sup>5</sup> <http://oglobo.globo.com/pais/redes-sociais-dao-tom-da-revolta-do-vinagre-8728856>

Bordenave (1983), em seu trabalho clássico, já explicitava a participação como uma ação democrática, onde não basta "tomar parte", mas onde é preciso também observar-se "como" se toma parte em algo. Neste caso, por focarmos a participação em ações coletivas de protesto no Brasil, cabe também questionar: Que tipo de participação podemos observar neste contexto, diante das mídias digitais?

Zago e Batista (2009), discutindo as *Google Bombs* como formas de ação coletiva no digital, explicitam essa questão, explorando ainda as motivações para a participação com base na percepção de valores de capital social. Para os autores, a participação em ações no espaço digital é potencializada pelas conexões que são sustentadas pelos sites de rede social.

Há estudos que focam em um tipo específico de participação que interessa particularmente a este trabalho: o uso do Twitter para a cobertura ao vivo de eventos, como em Hawthorne, Houston e McKinney (2013: 552). Para os autores, "Tuitar ao vivo oferece aos usuários uma oportunidade de se envolver em uma conversa pública sobre eventos políticos e com isso potencialmente influenciar o enquadramento do que ocorreu" (tradução nossa)<sup>6</sup>. Ao fazer isso, esses que estão participando/acompanhando o evento permitem outros tipos de participação por outras pessoas que não estão acompanhando diretamente o acontecimento. Ao estudar o movimento Occupy, o estudo de Gleason (2013: 966) sugere que o Twitter permite múltiplas oportunidades de participação: "desde criar, taggear, e compartilhar conteúdo até ler, assistir e seguir uma hashtag" (tradução nossa)<sup>7</sup>. Todos esses tipos de participação contribuem para que as pessoas possam se informar sobre um protesto. No estudo de Bechmann e Lomborg (2013), a participação está associada à criação de valor. Um usuário *participa* quando cria valor para outros usuários. Penney e Dadas (2013) identificaram sete papéis sobrepostos durante o movimento Occupy: (1) facilitação de protestos face-a-face, (2) cobertura ao vivo de protestos face-a-face, (3) retuíte de informações e incorporação de links, (4) expressão de visões pessoais sobre o movimento, (5) envolvimento em discussões sobre o movimento, (6) estabelecimento de conexões com outros ativistas e (7) facilitação de ações online. Esses modos de participação são essencialmente diferentes daqueles que tradicionalmente observamos nos espaços offline, uma vez que se assemelham a ações típicas da mídia (como cobertura ao vivo, ou retweet de informações) para além da ação de protestar na rua.

Finalmente, o estudo de Enjolras, Steen-Johsen e Wollebaek (2012) identificou diferentes segmentos da população participando em sites de rede social em comparação à participação em outros meios, o que fortalece ainda mais a hipótese de que atores diferentes atuam de formas diferentes no ecossistema de circulação de informações durante um protesto. Assim, pessoas que tuitam direto das ruas podem não ser necessariamente as mesmas que tuitam de casa e cada grupo pode desempenhar um papel diferente na participação nesses eventos.

---

<sup>6</sup> Tradução de: "Live-tweeting offers users an opportunity to engage in public conversation about political events and thus potentially influence the framing of what occurred".

<sup>7</sup> Tradução de: "from creating, tagging, and sharing content to reading, watching, and following a hashtag".

## Difusão de Informações, Protestos e Twitter

Neste trabalho, interessa-nos também perceber quais os efeitos que as diferentes formas de participação dos atores no Twitter têm na difusão de informações sobre os protestos, ou seja, como essas articulações impactam nesses fluxos informativos.

Ao estudar-se a difusão de informações, busca-se compreender como a informação é propagada entre diferentes atores sociais, ou seja, como a informação passa de um indivíduo para outro (Gruhl, Guha, Liben-Nowell & Tomkins 2004; Recuero, 2009). Diversos estudos têm focado o papel das tecnologias digitais na criação de novos fluxos e formas de circulação de informações e de um modo especial, o papel dos sites de rede social nesse processo (Bakshy, Rosenn, Marlow & Adamic, 2012; Kwak, Lee, Park & Moon, 2010; Wu, Hoffmann, Mason & Watts, 2011). Kwak et al. (2010) chegam a discutir se o Twitter não estaria mais próximo a um veículo de comunicação do que a um site de rede social, na medida em que há uma intensa difusão de informações na ferramenta.

Enquanto site de rede social, o Twitter é um espaço propício para a articulação desses eventos principalmente por suas características de públicos em rede (boyd, 2010). A autora explica que esses públicos têm uma dimensão ao mesmo tempo relacionada ao espaço público constituído pelas tecnologias e ao "coletivo imaginado" da intersecção de pessoas neste espaço. Esses públicos, formados diante de características técnicas como a permanência das interações nos arquivos, sua buscabilidade, sua escalabilidade e replicabilidade, bem como por características dinâmicas como o colapso dos contextos, que torna a interação mais difícil, a presença de audiências invisíveis e o borrimento das fronteiras do público e do privado, são essenciais para o surgimento do ativismo em rede. É justamente o fato de que essas tecnologias permitem a formação desses públicos que fornece o substrato para a difusão de informações que vai proporcionar essas ações coletivas (Bruns & Burgess, 2011).

O uso de hashtags<sup>8</sup> também tem uma influência bastante grande na difusão de informações no Twitter, pois constitui uma forma de "amarrar" a narrativa (boyd, Golder & Lotan, 2011). Nesse contexto, o emprego de hashtags para abordar grandes acontecimentos é associado à criação de públicos *ad hoc* (Bruns & Burgess, 2011). Para os autores, a utilização de hashtags para a cobertura de eventos pode sinalizar uma conversação entre os indivíduos e a criação de uma comunidade de interessados em torno de um tópico. As hashtags podem ser criadas de forma *ad hoc*, ou seja, não há uma autoridade central ou um conjunto de regras regulando como criar e usar hashtags.

Ainda com relação a hashtags no contexto de protestos, Bastos, Travitzki e Raimundo (2012) discutem o papel das hashtags políticas como "panfletagem", na medida em que contribuem para espalhar a ideia e obter apoio, ou seja, refletem uma forma de participação nos eventos.

Ao lado das hashtags, o retuíte, ou RT<sup>9</sup>, também é um recurso do Twitter primordial para a difusão de informações sobre protestos, na medida em que possibilita que uma mesma informação se espalhe através da replicação. O estudo de Bastos, Travitzki e Raimundo (2012) considerou o RT como a métrica fundamental para a difusão de informações no Twitter durante manifestações políticas.

---

<sup>8</sup> As hashtags são etiquetas, precedidas pelo sinal #, utilizadas no Twitter e em outros sites de rede social para indicar o assunto da mensagem, dentre outras apropriações.

<sup>9</sup> Um retuíte ou RT consiste em reproduzir a atualização de outro usuário no Twitter, mantendo a menção ao usuário que originalmente postou a mensagem. Sua sintaxe padrão é "RT @username: texto da mensagem original".

As diferenças na difusão de informações no Twitter entre participantes na rua e participantes offline foi explorada por Starbied e Palen (2012) no contexto dos protestos ocorridos no Egito em 2011. Também partindo do RT como medida para a difusão de informações, os autores identificaram que os perfis com mais retweets eram de usuários que estavam no local dos eventos, o que traz indícios de que os demais poderiam estar usando o RT como uma forma de identificar e recomendar usuários locais.

### **Procedimentos metodológicos**

No presente estudo, utilizamos uma combinação de métodos e técnicas para identificar os papéis dos usuários na circulação de informações no Twitter sobre os protestos ocorridos no Brasil em 2013. Para chegar na classificação de papéis proposta neste artigo, tomamos como ponto de partida um recorte, a seguir explicitado, feito a partir de um conjunto de dados inicial.

O conjunto de dados analisados neste artigo compreende um período de 38 dias, entre 11 de junho e 19 de julho de 2013. Durante o período, foram monitoradas 35 palavras-chave e hashtags associadas aos protestos brasileiros no Twitter através do yTK<sup>10</sup>. A partir de um total de mais de 3 milhões de tweets, foi possível identificar a localização de uma parcela dessas mensagens (1.4 milhões de tweets), provenientes ou referindo um total de 3.268 cidades brasileiras. Buscamos identificar a localização dos tweets a partir da combinação de três métodos: local mencionado no perfil do usuário que fez a postagem, presença de hashtag indicando a localização no texto do tweet, e geolocalização do tweet. Esse esforço de localização foi empreendido na tentativa de se poder diferenciar de onde as atualizações foram feitas, como uma forma de identificar a articulação entre os participantes que tuitaram nas ruas e de casa.

Os resultados a seguir apresentados se referem a uma amostra do total de tweets em que foi possível identificar a localização. A amostra é composta por três recortes randômicos de 49.611 mensagens únicas, perfazendo um total de 148.833 atualizações. As análises foram feitas usando o R (2009).

### **Procedimentos de Análise**

Em função do volume de dados, o primeiro passo foi identificar papéis que poderiam indicar diferentes apropriações em termos de difusão de informações, para proceder a um recorte que compreendesse um grupo de usuários específicos. Ao observar os dados, identificamos dois papéis iniciais no protesto: produtores de conteúdo e replicadores de conteúdo. Essas categorias foram construídas a partir das principais formas de participação que identificamos: atuar de forma a replicar e difundir as informações, de um lado, e produzir informações que são replicadas por outros usuários, de outro. Assim, utilizando o retweet como métrica para “medir” a difusão de informações (Bastos, Travitzki & Raimundo, 2012), procedemos a um recorte de usuários que tivessem feito ou recebido pelo menos 100 RTs<sup>11</sup>. A escolha por 100 RTs como ponto de corte foi arbitrária, e teve como objetivo limitar a quantidade de usuários em cada grupo, para identificar aqueles que mais contribuíram para a difusão de informações no Twitter. Para facilitar

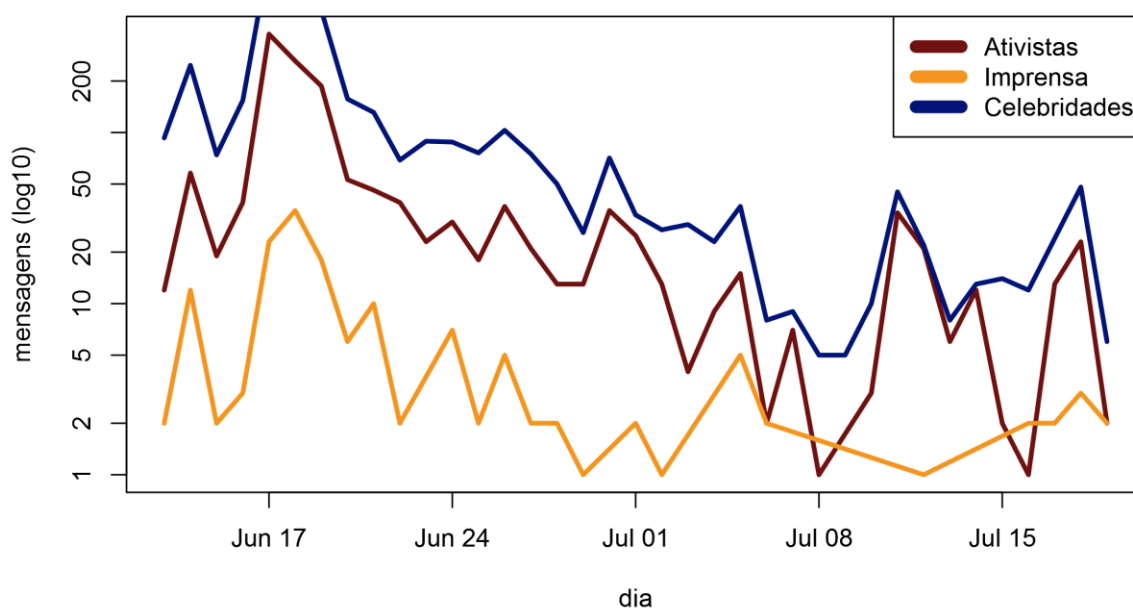
---

<sup>10</sup> YourTwrapperKeeper - <https://github.com/540co/yourTwrapperKeeper>

<sup>11</sup> Considerando uma combinação do total de retweets dentre todos os tweets do usuário que aparecem na amostra.

a compreensão, chamamos os usuários que fizeram 100 ou mais RTs de “ativistas” e os usuários que receberam 100 ou mais RTs de “celebridades”<sup>12</sup>. Um terceiro grupo foi criado sinalizando aqueles usuários que identificamos como sendo veículos de informação jornalística, independente de terem ou não feito ou recebido 100 ou mais RTs, uma vez que se considerou que a apropriação desse grupo de usuários poderia ser diferente da dos demais. Para compor esse grupo, compilamos uma lista de 1.400 contas de veículos jornalísticos no Twitter e categorizamos os usuários que postaram essas mensagens como “imprensa”. Em conjunto, os usuários classificados como celebridades foram responsáveis por 4.405 postagens, ativistas postaram 1.474 tweets do recorte e imprensa 152 tweets. De uma forma geral, podemos observar que a participação como produtor de conteúdo (celebridade, usuários com mais de 100 RTs) foi mais intensa que a de reprodutor de conteúdo (ativista, usuários que fizeram mais de 100 RTs), ainda que a maior parte das postagens do recorte se referissem a usuários com participações intermediárias (ou seja, que receberam RTs ou foram retuitados menos de 100 vezes). A Figura 1 mostra a distribuição de postagens dos três grupos e sugere uma correlação entre a frequência de mensagens no período investigado. Esse sincronismo foi explorado por meio de duas análises de regressão linear simples entre a distribuição de mensagens nos três grupos, tomando a distribuição de tweets de ativistas como variável dependente e a distribuição de tweets da imprensa e de celebridades como variáveis independentes.

Figura 1 – Distribuição de mensagens no tempo dos três grupos estudados no período do recorte<sup>13</sup>.



Para identificar os tipos de usuários que compunham cada grupo, procedemos a uma análise qualitativa dos perfis dos 50 usuários que mais fizeram ou mais receberam RTs no período. A partir dos três grupos de

<sup>12</sup> Os termos “celebridades” e “ativistas” são usados aqui como categorias abstratas. O fato de um usuário receber ou postar 100 retweets não significa que necessariamente se trate do perfil de uma celebridade ou ativista, embora possa mostrar indícios de comportamento semelhantes a esses papéis.

<sup>13</sup> Como a distribuição é bastante desigual, optamos por apresentar o gráfico em escala logarítmica para possibilitar que se veja essas diferenças de forma mais clara.

usuários delimitados (“celebridades”, “ativistas” e “imprensa”), partimos para uma análise de conteúdo de foco referencial (Bardin, 2004) dos tweets postados por esses usuários. A análise de conteúdo foi realizada usando o software Textometrica (Lindgren & Palm, 2011), que registra a frequência de palavras e suas co-ocorrências. Os tweets foram separados por grupo. Dentro desses três conjunto de dados, codificamos os termos mais utilizados por frequência até o limite de 100 termos, utilizando-se um conjunto de palavras a ser descartadas (“stopwords”). O foco foi semântico e foram privilegiados substantivos e adjetivos em detrimento de outros léxicos. Esses termos foram então codificados em categorias semânticas, de acordo com a proposta da análise de conteúdo.

Para analisar as co-ocorrências entre os termos, utilizamos procedimentos da análise de redes sociais. As redes semânticas são representadas através de grafos gerados com o Gephi<sup>14</sup>. Os nós representam os termos e conceitos que apareceram nos dados, enquanto as conexões representam a co-ocorrência dos termos em um mesmo tweet. Dois termos possuem uma conexão quando ocorrem juntos em um mesmo tweet. Essa conexão, quanto mais forte, mais aproxima os conceitos. Além disso, o tamanho de cada nó indica seu grau (frequência) no conjunto de dados. Grupos de nós mais centrais indicam maior frequência conjunta em relação aos demais. Nos grafos, os nós estão coloridos por “modularidade”, ou vizinhança (tendência a aparecer juntos).

### **Ativistas, Celebridades e Imprensa**

A seguir, apresentamos os resultados da observação dos três grupos de usuários, buscando identificar seus papéis para a difusão de informações sobre os protestos. Em um primeiro momento, analisamos a composição de cada grupo, seguido de considerações sobre a localização dos usuários e sobre as redes de co-ocorrência observadas em cada grupo.

#### *Tipos de usuários por grupo*

O grupo de “celebridades” inclui desde usuários com mais de 10 mil seguidores que costumam ser bastante retuitados independente do que postam, até usuários com menos seguidores que, circunstancialmente, receberam um grande número de RTs em determinadas atualizações sobre os protestos no período. Isso acontece porque a classificação de celebridades inclui usuários que tiveram 100 ou mais replicações em seus tweets, o que pode tanto significar celebridades de fato quanto usuários comuns.

Uma análise dos 50 perfis que mais fizeram ou receberam RTs na amostra aponta que, dentre os usuários identificados como celebridades, estão veículos de imprensa (@ultimosegundo, @estadao), celebridades de fato (atores brasileiros como @bgagliasso e @lua\_blanco, humoristas como @marcelotas, @raqueiroga), jornalistas (@luckaz e @aprevidelli), usuários bastante conhecidos na blogosfera brasileira (como @naosalvo e @marcogomes) e alguns perfis ativistas (@bhnsruas e @lulzsecbrazil). Há poucos usuários com menos de 2 mil seguidores. Um exemplo é uma usuária com pouco mais de 200 seguidores na época do estudo

---

<sup>14</sup> <https://gephi.org>

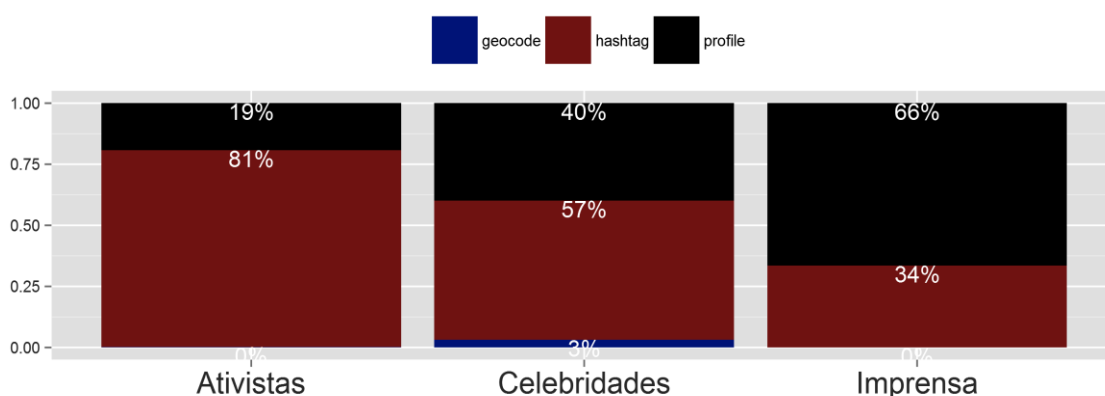
que postou uma foto do protesto em São Paulo e recebeu 675 retweets únicos<sup>15</sup>, um alcance três vezes maior do que seu próprio perfil, demonstrando o papel dos RTs na difusão de informações (Bastos, Travitzki & Raimundo, 2012; Starbid & Palen, 2012).

Já dentre os usuários classificados como ativistas, há uma predominância de usuários comuns com poucos seguidores no Twitter, sendo raros os usuários com mais de 2 mil seguidores neste grupo. Dentre os 50 usuários que mais fizeram retuítes, o usuário com menor número de seguidores possui 9 seguidores e sua última postagem foi feita em 20 de junho de 2013, ainda durante os protestos, o que parece indicar a criação de um perfil no Twitter apenas para poder agregar informações sobre os eventos. Também aparecem alguns perfis ligados a ativismo, tanto de associações quanto de indivíduos. Esses perfis, em grande parte, exerceram papel de agregadores do que estava acontecendo nos protestos, na medida em que postaram mais de 100 RTs no período. Esse uso está associado ao RT de informações e links identificado por Penney e Dadas (2013) no estudo sobre o movimento *Occupy*.

#### Formas de localização

A Figura 2 mostra a distribuição de mensagens em que a fonte de informação é hashtag, geocode ou perfil do usuário. O gráfico mostra que os usuários identificados como ativistas usam mais hashtags para transmitir um conjunto de opiniões e agendas políticas em um índice mais alto que celebridades ou imprensa, na medida em que 81% dos usuários que retuitaram mais de 100 atualizações tornaram sua localização visível através de hashtags ao invés de geocode ou informações no perfil. Nos demais grupos de usuários, conseguimos observar pequenas diferenças de uso. Dentre os perfis de imprensa, 66% usavam informações do perfil para identificar a localização dos protestos, ao passo que celebridades usam mais hashtags, embora em uma proporção menor (57%) que no caso de ativistas.

Figura 2 – Mensagens com informações geográficas postadas por ativistas, celebridades e imprensa agregadas a partir da fonte da informação de localização.



Essas diferenças na forma de localização sugerem diferentes formas de apropriação entre os grupos: enquanto ativistas tendem a retuitar mensagens com hashtags, numa forma de planfletagem (Bastos,

<sup>15</sup> <https://twitter.com/paollaruis/status/346728856503328768/photo/1>



Travitzki & Raimundo, 2012), a imprensa parece se focar na cobertura dos protestos na área de abrangência do veículo, ao passo que celebridades usam uma combinação das três formas de localização, com destaque para uma pequena proporção (3%) de mensagens geolocalizadas, o que sugere postagens direto do local dos acontecimentos.

Essas três formas de localização podem também sinalizar diferentes formas de participação nos protestos: alguém que está na rua pode tuitar direto do local do acontecimento e identificar seu tweet por geolocalização, ao passo que alguém que está em casa pode usar uma hashtag para identificar sua postagem. Essa hashtag pode se referir a um evento próximo a si, ou até mesmo a outros lugares não necessariamente próximos ao usuário.

Em termos geográficos, os integrantes dos três grupos estavam concentrados principalmente em capitais da região Sudeste do Brasil. No grupo de imprensa, 49% postou de São Paulo e 47% do Rio de Janeiro. No grupo de celebridades, 36% das postagens partiram de São Paulo, 34% do Rio de Janeiro e 11% de Belo Horizonte, porcentagens bastante parecidas ao grupo de ativistas, com 32%, 38% e 10% respectivamente. Essa distribuição guarda relação com as cidades onde os protestos envolveram mais participantes, e também com o fato de os principais veículos jornalísticos do país estarem situados no eixo Rio-São Paulo.

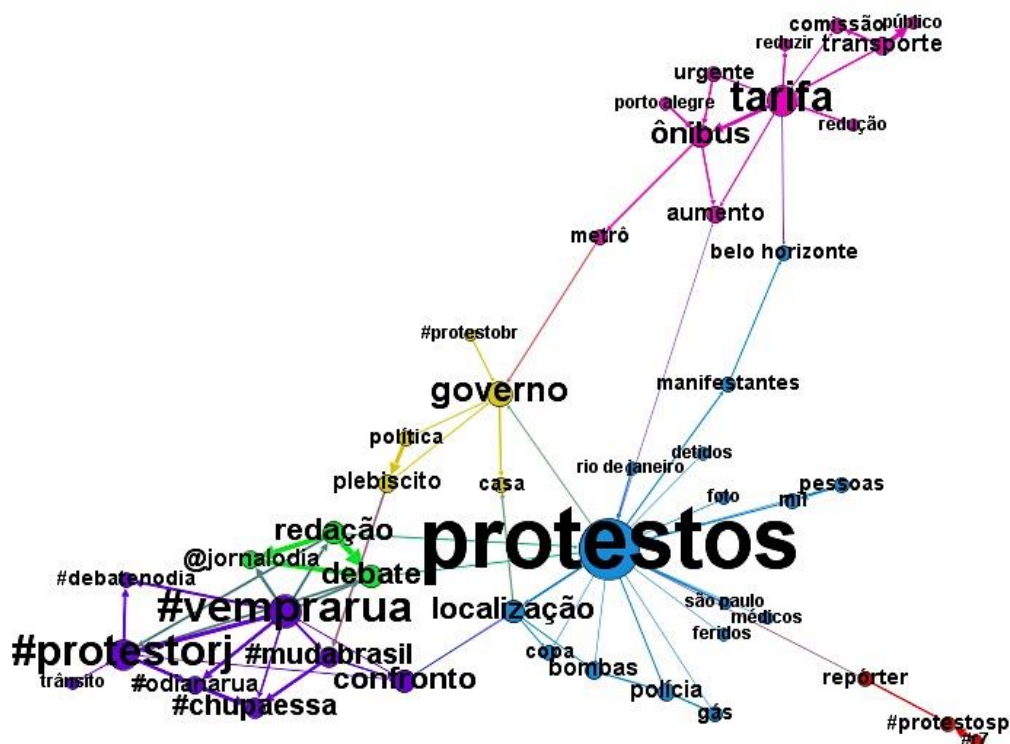
### *Redes de co-ocorrências*

As Figuras 3, 4 e 5 mostram os conceitos que mais apareceram em cada grupo e as conexões mais fortes entre eles. Conforme apresentado nos procedimentos metodológicos acima, os conceitos foram criados a partir da combinação de expressões e palavras com sentidos semelhantes, como ao combinar "protesto", "protestos" e "proteste" em um único conceito comum, "protestos". Nosso objetivo aqui é mapear o discurso desses grupos, de forma a compreender melhor as possíveis diferenças nas "falas" desses grupos.

No grupo da imprensa (Figura 3), é possível observar algumas hashtags panfletárias (Bastos, Travitzki & Raimundo, 2012) agrupadas em um cluster na parte inferior esquerda do grafo. O uso de hashtags por veículos de imprensa é bastante incomum. No caso dos dados observados, quase todas as hashtags partiram do perfil @odiahoje, referente a um veículo informativo sobre o Rio de Janeiro no formato blog. Neste grafo podemos observar, ainda, que os componentes estão todos conectados, embora as hashtags não sejam tão centrais.

Ainda no grupo "imprensa", o termo mais central é "protestos", e podemos observar que a rede gira em torno dele. Não há, entretanto, uma hashtag em posição central. Embora a presença de termos associados a tarifa e ônibus estejam presentes, eles não são muito centrais, aparecendo de forma bastante relacionada entre si, com poucas conexões com o restante do grafo. Também nota-se, no cluster azul, a associação da violência aos "protestos", bem como, no cluster rosa, a associação dos termos relacionados àquilo que a imprensa identificou como a principal demanda das manifestações: a tarifa. No cluster amarelo, aparece o governo. Esses dados indicam uma ação narrativa e uma tentativa de incorporação da apropriação dos Twitter pelos demais usuários na construção de sua participação no evento. Além disso, indicam também um discurso específico, diferente daqueles dos usuários, conforme veremos a seguir.

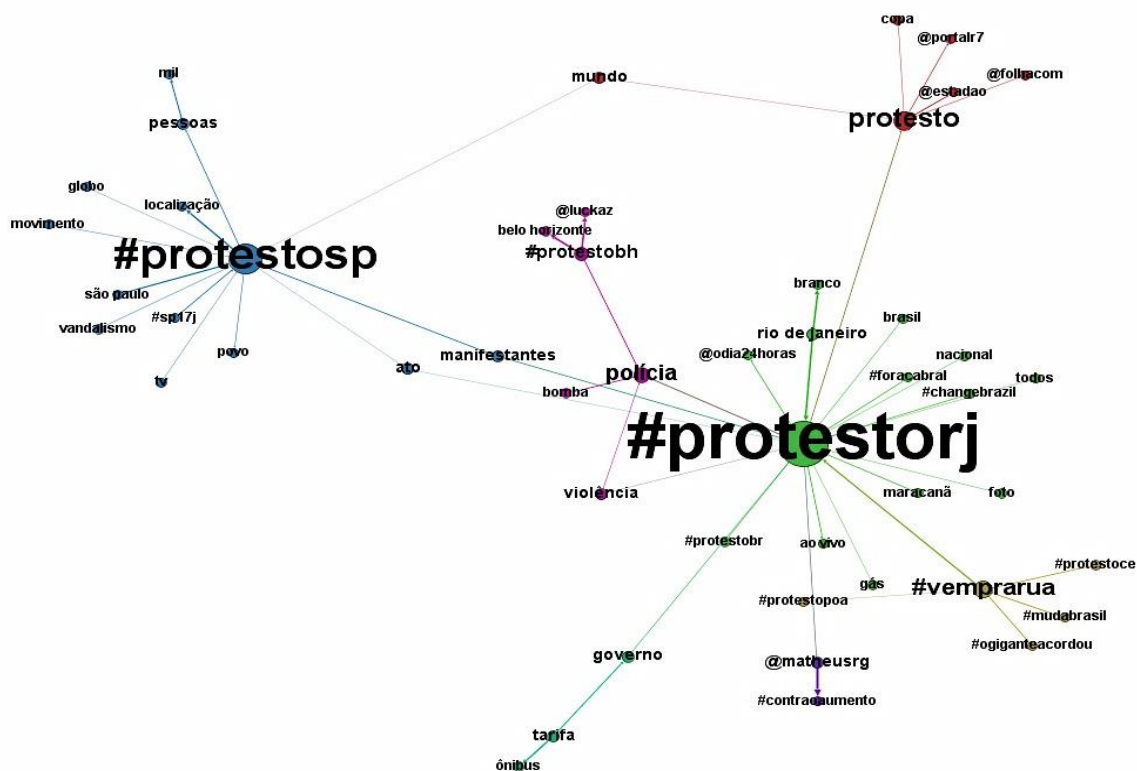
Figura 3 – Rede de co-ocorrências de conceitos no grupo “imprensa”.



No grupo de ativistas (Figura 4), é possível observar um hub de termos associados a determinadas hashtags de localização (#protestosp, #protestorj, #protestobh). Nessa rede, podemos ver que há alguns clusters de co-ocorrência de termos, unidos por palavras como “polícia”, “manifestantes” e outros. Essa estrutura parece evidenciar uma ação mais informativa, na medida em que parece haver uma preocupação em informar o local da atualização através da hashtag. O retweet de informações é um dos papéis identificados por Penney e Dadas (2013) Mesmo não estando no local dos protestos, ao empregar hashtags com localização esse grupo pode usar a rede para contribuir com a narrativa sobre os protestos. Essa clusterização em torno de hashtags também sugere a formação de públicos *ad hoc* (Bruns & Burgess, 2011) em torno dos protestos nesses lugares.

Outros elementos relevantes são a associação da violência com a polícia (cluster rosa), com maior centralidade, e a pluralização das demandas, localizadas junto aos protestos que aconteceram em cada lugar.

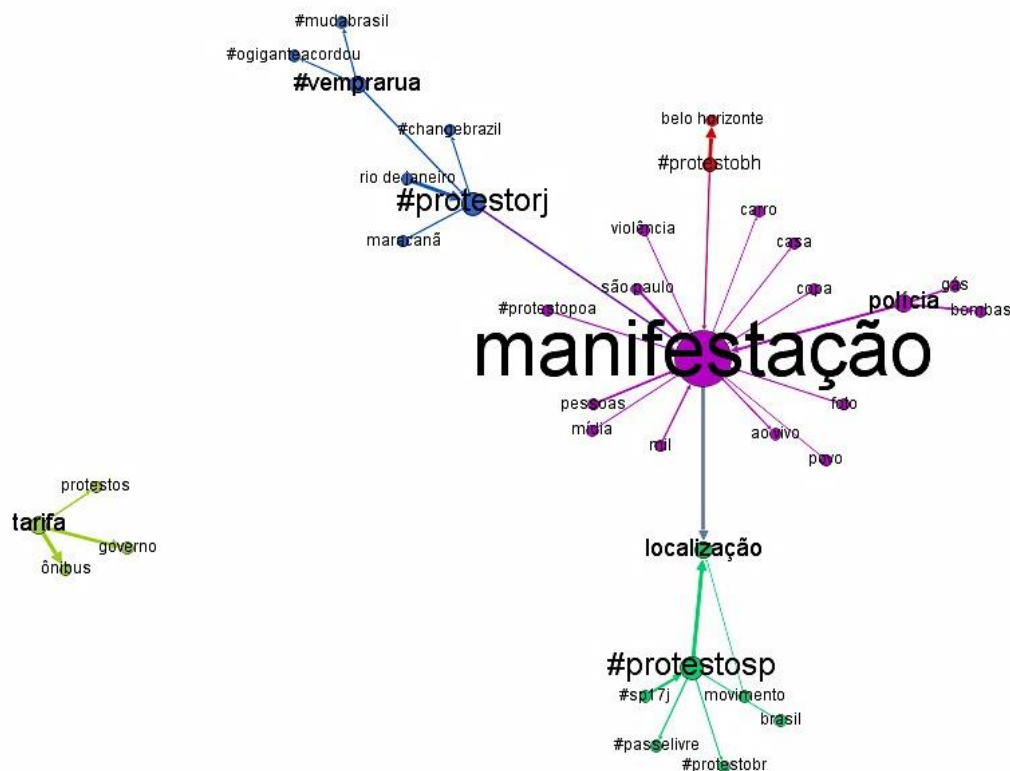
Figura 4 – Rede de co-ocorrências de conceitos no grupo “ativistas”.



Esses dados indicam um outro discurso: mais localizado, mas focado no que acontecia em cada evento. Nota-se que não há uma unidade no discurso, mas uma pluralidade, onde abrem-se diferentes demandas e narrativas a partir de cada cluster. Vemos também o uso de hashtags panfletárias localizadas no cluster amarelo.

A rede de co-ocorrências do grupo de “celebridades” (Figura 5) está centrada no termo “manifestação”, mas também é possível ver claramente a presença de clusters associados a hashtags de localização (#protestosp, #protestorj e #protestobh, como na rede de “ativistas”). Os termos associados a ônibus e tarifas aparecem isolados em uma ilha, sugerindo que os tweets desse grupo que abordaram essa temática o fizeram sem necessariamente relacionar com as manifestações.

Figura 5 – Rede de co-ocorrências de conceitos no grupo “celebridades”.



Dentre as diferenças do discurso deste grupo, observamos o uso do termo "manifestação" e não "protesto" como na imprensa. Além disso, também não vemos clusters em torno de termos e discussões únicas, mas novamente, uma pluralidade de termos associados com as manifestações. Além disso, da mesma forma que o grupo anterior, observamos também que junto ao conceito "polícia", juntam-se "bombas" e "gás", relacionando a ação da mesma diretamente com parte da violência. O caráter ativista de uso de hashtags panfletárias está também no grafo, mas associado com localidades específicas, como em #protestorj (como no grafo anterior).

Essas diferentes associações semânticas contribuem para identificar os diferentes papéis complementares exercidos pelos três grupos na difusão de informações sobre os protestos. Vemos o caráter panfletário presente em todos os discursos. Além disso, vemos claramente que há diferenças entre o que a imprensa narra e o que ativistas e celebridades narram. O caráter localizado das narrativas desses últimos também evidencia uma participação mais "local", possivelmente repassando e criando informações que interessam a espaços geográficos específicos, ao contrário da imprensa. Além disso, o destaque dado a violência é menor nesses discursos do que no da imprensa. Também é importante ressaltar o foco na narrativa "ao vivo" dos três grupos.

## Resultados

Sites de rede social propiciam outras formas de participação (Gleason, 2013) nos movimentos sociais em rede (Castells, 2012) para além da participação nas ruas. Nesse sentido, a cobertura ao vivo de eventos (Hawthorne, Houston & McKinney, 2013) pode aparecer ao lado de reverberação nas redes do que acontece nas ruas (Malini & Antoun, 2013).

Assim, ao observar a circulação de informações sobre os protestos no Twitter nos três grupos, identificamos diferentes formas de envolvimento e participação na difusão de informações. Pode-se dizer que os usuários identificados como ativistas, celebridades e imprensa de certa forma atuaram como "hubs" dos protestos, tanto como fonte de informações (celebridades, imprensa) quanto como distribuidores de conteúdo (ativistas). Além disso, "ativistas" contribuem para desencadear cascatas de informação<sup>16</sup>, ao retuitar conteúdos e dar visibilidade a determinados desdobramentos dos protestos, notadamente a mobilização, através de hashtags panfletárias (Bastos, Travitzki & Raimundo, 2012), associada à localização da narrativa, também identificada pela associação com as hashtags "localizadas". O discurso dos ativistas, de modo geral, parece focado nessa narrativa local, bem como na violência associada à polícia. Por outro lado, "celebridades" geram conteúdo com potencial de ser reproduzido. Independente de os usuários receberem retuítes por conta da quantidade de seguidores que já possuem ou por conta do conteúdo da mensagem postada, essas mensagens se espalham, e, ao espalhar, podem atingir outros pontos da rede. É interessante observar que o discurso dessa categoria esteve também associado à narrativa mais geral dos protestos, além de, em menor escala, localização dos protestos, uso de hashtags panfletárias e à discussão sobre a questão da tarifa. É importante também ressaltar que este foco discursivo é próximo do foco anterior. Finalmente, a "imprensa" contribui para a narrativa dos protestos de uma forma geral e pouco localizada. Notamos também que sua narrativa está focada nos protestos em si e na violência dos mesmos, bem como na identificação da redução da tarifa como principal demanda.

Os papéis identificados e as formas de localização dos mesmos permitem traçar algumas considerações sobre a participação na circulação de informações no Twitter sobre os protestos e na articulação entre o ambiente online e offline nos movimentos sociais em rede. Pudemos identificar, diferentes formas de participação online nos protestos – como no caso da cobertura ao vivo dos eventos estando presencialmente no local (em tweets localizados através de geocode) de um lado, ou na circulação de conteúdo sobre os protestos estando ou não no local de realização dos protestos (como no caso de tweets com hashtags que identificam o local a que se refere o tweet), ou nos tweets da imprensa com a cobertura de suas respectivas áreas de cobertura (com localização identificada através do perfil). Assim, enquanto usuários produzem conteúdo no local dos eventos, há outros que atuam de forma a dar visibilidade e reproduzir esse conteúdo. Ou seja, aqueles usuários que produzem o conteúdo dependem de outros para dar-lhe visibilidade, o que indica que as formas de participação de Penney e Dadas (2013) não ocorrem juntas. Quando observamos essas funções a partir da classificação dos papéis na participação, temos aqueles usuários que receberam alto grau de replicação de suas mensagens sobre os protestos (celebridades) em oposição àqueles que

---

<sup>16</sup> Em um processo de difusão de informação pode ocorrer a formação de cascatas de informação. Uma cascata ocorre quando um tipo de comportamento é repetido por vários atores com base na observação dos demais e no fato de que outras pessoas também estão fazendo a mesma coisa (Easley & Kleinberg, 2010).

reproduziram inúmeras mensagens sobre a temática (ativistas). Neste caso, há formas diferentes de ação. Enquanto os primeiros dão visibilidade, os segundos parecem focar na mobilização de outros usuários em torno da causa (Bastos, Travitzki & Raimundo, 2012). Assim, a primeira forma de participação dos ativistas parece ser, mais do que estabelecer conexões com outros ativistas (Penney & Dadas, 2013), mobilizar outras pessoas.

Além disso, retuitar mensagens em torno de hashtags comuns pode representar a criação de públicos *ad hoc* em torno dos protestos (Bruns & Burgess, 2011). O fato de os tweets do grupo de "ativistas" se concentrarem em torno de hashtags diferentes (Figura 4, acima) pode indicar a formação de grupos específicos em torno de determinadas hashtags. Desse modo, ao reproduzir uma determinada hashtag, o usuário "se filia" a uma discussão em torno daquele assunto.

As diferenças de discurso observadas entre os grupos, em especial no grupo de imprensa, também podem ser ressaltadas pela distribuição das mensagens ao longo do tempo. A Figura 1 indica que a imprensa abandonou ou diminuiu drasticamente a cobertura dos protestos a partir da segunda semana de julho, período em que as celebridades e ativistas permaneceram tuitando os protestos. O gráfico em escala logarítmica apresentado na Figura 1 mostra um *flatline* a partir do dia 8 de julho para tweets da imprensa, o que é particularmente interessante em vista da clara correlação entre os três grupos de usuários no período mais intenso dos protestos. Esse é o único momento em que a frequência de mensagem de um dos grupos destoa significativamente das demais, embora seja possível argumentar que essa discrepância começa já no fim de junho e não apenas após 8 de julho (a mudança no padrão de frequências começa entre 24 de junho e 8 de julho).

Com base nesses resultados, realizamos duas análises de regressão linear entre o número de mensagens diárias na amostra tuitadas por ativistas, celebridades e imprensa. Mesmo sem a remoção de um único *outlier*, o resultado da regressão linear simples entre tweets de ativistas (variável dependente) e celebridades (variável independente) mostrou um coeficiente de correlação (R) de 0,98 e coeficiente de determinação  $R^2$  de 0,97 ( $p < 0,001$ ). Por outro lado, o resultado da regressão linear simples entre tweets de ativistas (variável dependente) e tweets da imprensa (variável independente) apresentou resultados bem mais humildes, com coeficiente de correlação (R) de 0,54 e coeficiente de determinação  $R^2$  de 0,52 ( $p < 0,001$ ), indicando que a distribuição de tweets de ativistas e celebridades apresenta uma associação linear significativamente mais forte que entre ativistas e imprensa. Esses resultados apontam para uma relação potencialmente simbiótica e de retroalimentação entre ativistas e celebridades, ao mesmo passo que as mensagens da imprensa aparecem relativamente descoladas desse grupo.

Resumidamente, podemos identificar algumas funções associadas aos papéis desempenhados pelos grupos analisados: a) no grupo de **ativistas**, podemos identificar o papel de reverberação dos protestos, através do emprego de hashtags panfletárias e de localização para desempenhar uma função de agregação de conteúdo; b) no grupo de **celebridades**, observamos uma cobertura ao vivo dos protestos (pequena parcela de tweets geolocalizados) junto de uma tentativa de dar visibilidade a uma narrativa dos protestos com foco ativista; c) por fim, no grupo de **imprensa**, notamos uma narrativa mais imparcial do ocorrido, com menos hashtags e de forma intensa por um período menor, mas com um papel importante em termos de articular a cobertura no âmbito de abrangência do veículo (por isso, a localização se deu mais pelo perfil e podemos observar uma menor presença de hashtags em comparação aos outros dois grupos).

## Discussão

O trabalho procurou discutir o papel na difusão de informações via Twitter de três grupos de usuários nos protestos realizados no Brasil a partir de junho de 2013: ativistas, celebridades e imprensa. Ao observar os tipos de usuários, a localização e a relação entre os termos mais frequentes utilizados nos tweets, pudemos identificar semelhanças e diferenças na apropriação de cada grupo.

Enquanto a imprensa fornece a narrativa tradicional dos acontecimentos, essa cobertura é complementada pelos tweets do grupo "celebridades". A informação acaba sendo ainda mais reverberada pelos "ativistas", que, ao retuitarem as informações, contribuem para espalhá-las para diferentes redes. Assim, enquanto celebridades e imprensa dão visibilidade aos protestos através da cobertura dos acontecimentos, ativistas contribuem para uma reverberação dessas mensagens. Nesse contexto, hashtags podem servir de megafone para os usuários. Apesar disso, observamos também diferenças nos discursos narrados, especialmente entre imprensa e demais usuários.

Mesmo que não participem ativamente dos protestos, ativistas podem contribuir para a reverberação dos mesmos. Estudar esses papéis ajuda a entender que no contexto digital a participação política é mais ampla e engloba outras ações para além do envolvimento direto na manifestação. Participa aquele que cria valor (Bechmann & Lomborg, 2013), seja produzindo algo novo ou repercutindo o que já foi produzido. Participantes nas ruas e em casa se articulam na divulgação de informações sobre os protestos, com o complemento da ação da imprensa. Sem alguém para reverberar o que acontece nas ruas, talvez os protestos não tivessem atingido a proporção que atingiram nas ruas. Do mesmo modo, sem uma cobertura paralela à da imprensa, é possível que a narrativa dos protestos fosse outra.

O estudo aqui empreendido possui algumas limitações, como o fato de trabalhar com um recorte estabelecido a partir de uma amostragem dos dados, o que pode não ser totalmente representativo do todo, e o fato de limitar a coleta de dados a tweets que contivessem palavras-chave e hashtags específicas associadas ao protesto, o que pode limitar o escopo e a abrangência de tweets da imprensa, por exemplo, caso tenham se utilizado de outros termos para fazer a cobertura das manifestações pelo Brasil. De qualquer modo, os resultados apontam que há algo a ser levado em consideração ao se estudar os papéis associados às dinâmicas de difusão de informações relacionadas a protestos. Os resultados observados indicam que a participação de diferentes públicos (celebridades, ativistas e imprensa) se deu de forma diferente no texto dos protestos de junho de 2013 no Brasil. Há uma retroalimentação e uma relação de complementaridade entre os três papéis aqui apontados, que pode ser explorado mais a fundo em estudos futuros sobre os protestos brasileiros e sobre outras manifestações políticas em suas articulações com os sites de rede social. Uma outra possibilidade de linha de investigação diz respeito à identificação de diferentes papéis em outros contextos, como no caso da discussão de debates políticos.

## Referências

- BAKSHY, E.; ROSENN, I.; MARLOW, C.; ADAMIC, L. (2012). The Role of Social Networks in Information Diffusion. In: *WWW2012*, Lyon, ACM.
- BARDIN, L. (2004). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

- BASTOS, M.T.; TRAVITZKI, R.; RAIMUNDO, R. (2012). Tweeting Political Dissent: Retweets as Pamphlets in #FreeIran, #FreeVenezuela, #Jan25, #SpanishRevolution and #OccupyWallSt. In: *IPP2012*, University of Oxford.
- BECHMANN, A.; LOMBORG, S. (2013). Mapping actor roles in social media: Different perspectives on value creation in theories of user participation. *New Media & Society* v.15, n.5, 765-781.
- BORDENAVE, J. (1983). *O que é participação*. São Paulo: Brasiliense.
- BOYD, d. (2010). Social Networks as Networkd Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In: PAPANCHARISSI, Z. (Org.). *Networked Self*, 39-58.
- BOYD, d.; ELLISON, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v.13, n.1.
- BOYD, d. GOLDER, S., LOTAN, G. (2010). *Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter*. In: *HICSS-43*. IEEE: Kauai.
- BRUNS, A.; BURGESS, J. (2011). The Use of Twitter Hashtags in the Formation of Ad Hoc Publics. In: *European Consortium for Political Research Conference*, Reykjavik.
- CASTELLS, M. (2012) *Networks of Outrage and Hope*. New York: Polity Press.
- EASLEY, D.; KLEINBERG, J. (2010). *Networks, Crowds and Markets*. New York: Cambridge University Press.
- ENJOLRAS, B.; STEEN-JOHNSEN, K.; WOLLEBAEK, D. (2013) Social media and mobilization to offline demonstrations: Transcending participatory divides? *New Media & Society*, v.15, n.6, 890-908.
- GLEASON, B. (2013). #Occupy Wall Street: Exploring informal learning about a social movement on Twitter. *American Behavioral Scientist* v.57, n.7, 966-982.
- GRUHL, D.; GUHA, R.; LIBEN-NOWELL, D.; TOMKINS, A. (2004). Information Diffusion Through Blogspace. In: *WWW2004*, ACM.
- HAWTHORNE, J.; HOUSTON, J.B.; MCKINNEY, M. (2013). Live-tweeting a presidential primary debate: exploring new political conversations. *Social Science Computer Review*, v.31, n.5, 552-562.
- KWAK, H. ; LEE, C. ; PARK, H.; MOON, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? In: *WWW2010*, ACM.
- LINDGREN, S. ; PALM, F. (2011). *Textometrica Service Package*. Disponível em: <http://textometrica.humlab.umu.se> Acesso em: 06 fev. 2014.
- MALINI, F.; ANTOUN, H. (2011). *A Internet e a Rua*. Porto Alegre: Sulina.
- PENNEY, J; DADAS, C. (2013). (Re)Tweeting in the service of protest: digital composition and circulation in the Occupy Wall Street movement. *New Media & Society*, OnlineFirst, 1-17.
- R DEVELOPMENT CORE TEAM. (2009). *R: A language and environment for statistical computing*. Vienna: R Foundation for Statistical Computing.
- RECUERO, R. (2009). *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina.
- RECUERO, R.; ZAGO, G. (2009). Em busca das "redes que importam": redes sociais e capital social no Twitter. *Líbero*, v.12, 81-94.
- TORET, J. (2012) Una mirada tecnopolítica sobre los primeros días del #15M. In: ALCAZAN et al, *Tecnopolítica, Internet y R-evoluciones sobre la Centralidad de Redes Digitalidad en en #15M*. Barcelona: Icaria Editorial.
- VALLINA-RODRIGUEZ, N.; SCELLATO, S.; HADDADI, H.; FORSELL, C; CROWCROFT, J.; MASCOLO, C. (2012). Los Twindignados: The Rise of the Indignados Movement on Twitter. In: *SocialCom'12*, Amsterdam.



WU, S.; HOFFMAN, J.; MASON, W.; WATTS, D. (2011). Who Says What to Whom on Twitter. In: *WWW2010*, ACM.

ZAGO, G.; BATISTA, J. (2009). Ativismo em redes sociais digitais: formas de participação em ações coletivas no ciberespaço. *Verso e Reverso*, v.23, n.52.

Date of submission: July 28, 2014

Date of acceptance: June 20, 2015