



## **As manifestações sociais no Brasil e o ciberativismo da legião Anonymous Brasil em sua sua fanpage<sup>1</sup>**

Maria Ivete Trevisan FOSSÁ<sup>2</sup>

Rafaela Caetano PINTO<sup>3</sup>

Taisa DALLA VALLE<sup>4</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### **RESUMO**

O ativismo pode concretizar-se de diferentes formas, inclusive através dos meios digitais. Um exemplo ocorrido no Brasil, em junho de 2013, permite-nos observar quantitativamente de que forma a legião Anonymous Brasil desenvolveu, através de postagens em sua *fanpage*, suas formas de ativismo no ambiente *online* e como contribuiu em favor das manifestações ocorridas no Brasil no período supracitado. A título de comparação, também monitorou-se, no mesmo período, páginas no Facebook de três jornais e duas revistas brasileiras evidenciando o papel ativista da legião durante as manifestações.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mobilização Social; Ativismo; Ciberativismo; Anonymous Brasil

### **INTRODUÇÃO**

Os movimentos sociais necessitam mobilizar os indivíduos em favor de seus objetivos a fim de unir forças para que, juntos, todos lutem pelos ideais propostos. Sendo assim, a mobilização perpassa por dois importantes momentos: o de despertar o indivíduo para os problemas latentes e a sua efetiva participação nas ações de mudança.

O primeiro momento é o de informar os indivíduos para que estes tenham conhecimento sobre o problema, os objetivos almejados e as ações pensadas. Nesse sentido, as formas de veiculação das informações tornam-se fundamentais para o processo. Já o segundo momento depende exclusivamente do indivíduo, já que a decisão de participar do processo é um julgamento pessoal.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, espaço e Cidadania do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Tutora PET CISA – UFSM, e-mail: fossa@terra.com.br

<sup>3</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: rafarpufsm@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: taisa@dallavale.net.br



A mobilização social também caracteriza-se por um ponto bastante relevante em suas ações: a busca pela visibilidade. Nesse sentido, constrói ações que captam a atenção dos meios de comunicação, assim como a do público que pode tornar-se um futuro apoiador da causa. Assim, o ativismo se afirma como uma estratégia para alcançar a visibilidade bem como adeptos à causa. O ativismo, como estratégia de mobilização, pode ocorrer tanto no ambiente físico, como no ambiente virtual, o que denomina-se de ciberativismo as ações ativistas desenvolvidas no ciberespaço<sup>5</sup>.

Este artigo resulta de uma análise quantitativa da atuação ativista no ciberespaço da legião Anonymous Brasil, durante as manifestações que ocorreram no Brasil, no ano de 2013. Pela análise da *fanpage*<sup>6</sup> da legião, buscou-se fontes que corroboraram a forte atuação do grupo durante as manifestações.

Ao realizar o estudo do estado da arte, encontro-se poucas pesquisas sobre o ativismo nas redes sociais e menos ainda sobre as manifestações ocorridas no Brasil, em junho de 2013. No entanto, os artigos localizados enfocaram o ciberativismo, a midiatização e as redes sociais e destacam principalmente os atores do processo, os ativistas digitais, os papéis e a força que as redes sociais na internet exerceram para que as manifestações acontecessem.

## **1. MOBILIZAÇÃO SOCIAL: DEFINIÇÕES E RELEVÂNCIA**

A mobilização social é considerada como uma função intrínseca aos movimentos sociais por envolver indivíduos que, comprometidos com a causa, auxiliam na busca dos objetivos propostos. Somente a discussão dos problemas sociais não basta, é preciso que a sociedade engaje-se nos projetos propostos pelos movimentos, de tal forma que a mobilização social é fundamental nesse sentido.

Na concepção de Toro e Werneck (2004), a mobilização perpassa dois momentos. O primeiro seria despertar a sociedade para uma consciência de transformação social, enquanto o segundo momento seria transformar a consciência em pauta, fazendo-a ação.

A participação social no processo de mobilização evidencia que os valores de democracia e cidadania estão latentes nos indivíduos e que eles não são apáticos aos

---

<sup>5</sup> Para Lévy (1999), o ciberespaço caracteriza-se como um lugar não-físico em que as informações são transmitidas por uma rede de computadores.

<sup>6</sup> Semelhante aos perfis pessoais, as Páginas podem ser aprimoradas com aplicativos que ajudam empresas e pessoas a se comunicarem e interagirem com o seu público e adquirirem novos usuários por recomendações de amigos, históricos dos Feeds de notícias, eventos do Facebook, entre outros.



problemas sociais. Segundo Toro e Werneck (2004), a ordem social é criada e mantida pelos indivíduos, por isso, a sua participação atinge diretamente este cenário. O Estado possui funções específicas em relação à ordem social, mas isso não isenta a autonomia de agir dos cidadãos, do mesmo modo que também não desobriga o Estado a viabilizar soluções para os problemas sociais.

O processo de mobilização social ocorre quando grupos de pessoas decidem e agem guiados por objetivos construídos coletivamente. No entanto, ainda seguindo o pensamento de Toro e Werneck (2004), o processo mobilizatório deve ser iniciado por uma pessoa, por um grupo ou por uma instituição que dê subsídios para a sua efetivação. Este ator personifica-se no papel do produtor social, ou seja, aquele que cria condições para que a mobilização, de fato, desenvolva-se. Além de criar condições para o desenvolvimento da mobilização, o produtor social deve conhecer a realidade posta a fim de criar soluções para alterar o cenário. Também para o desenvolvimento da mobilização, é necessária a convocação de vontades individuais comprometidas com os resultados pretendidos pelo grupo ou no dizer de Toro e Werneck a construção de um “horizonte ético”. Na concepção de Toro e Werneck, os propósitos mobilizadores devem estar formulados e expressos na forma de

*um horizonte atrativo, um imaginário ‘convocante’ que sintetize de uma forma atraente e válida os grandes objetivos que se busca alcançar. Deve expressar o sentido e a finalidade da mobilização, tocar a emoção das pessoas. Não deve ser só racional, mas ser capaz de despertar a paixão (TORO e WERNECK, 2004, p. 37 – grifos dos autores).*

Percebe-se que a mobilização precisa de objetivos esclarecedores e que possuam valores atraentes para conseguir aproximar os indivíduos. Estes objetivos, além de inteligíveis e exequíveis, devem também sensibilizar os indivíduos, posto que a sua participação não apresenta ganhos palpáveis pessoais, mas o são para o grupo. Mafra (2008, p. 23) concebe a mobilização social, característica eminente de uma sociedade de Estado de Direito<sup>7</sup>, a partir de três premissas fundamentais: o espetáculo<sup>8</sup>, a festa e a argumentação. Também salienta que os movimentos sociais “tentam colocar publicamente suas questões para a sociedade, de forma a negociar entendimentos coletivos e obter apoio e participação dos sujeitos” (MAFRA, 2008, p. 23).

---

<sup>7</sup> Mafra (2008) afirma que, na condição de Estado de Direito, sem tentar ir contra o Estado, a sociedade mobilizada participa de um debate público ao buscar o entendimento através de aspectos relacionais de comunicação.

<sup>8</sup> Para Mafra (2008), o espetáculo não é uma forma alienadora e negativa.



Sem desconsiderar a importância que a argumentação racional assume na negociação e na obtenção de apoio social e na participação dos sujeitos, Mafra (2008) também sustenta que os aspectos espetaculares e festivos dão suporte às deliberações públicas. No entanto, a mobilização não deve ser confundida com eventos, campanhas ou ações esparsas, já que estas são efêmeras e acontecem para dar maior visibilidade e chamar a atenção tanto da mídia quanto das pessoas para os argumentos e as causas defendidas. Mafra (2008) observa que ações espetaculares e festivas tematizam e justificam as ações dos movimentos sociais em busca da mobilização social. No entanto, é necessário que tais ações sejam construídas a partir de argumentos que justifiquem as práticas e que, posteriormente, deem subsídios para o debate público. As ações de mobilização precisam ser pensadas estrategicamente de acordo com os objetivos propostos pelo movimento. O ativismo, dessa forma, caracteriza-se como uma estratégia construída nesse sentido.

## **2. O ATIVISMO NA REDE**

A visibilidade é uma premissa fundamental para que os movimentos sociais possam dar notoriedade às suas causas. Thompson (1998) acredita que a forma de mediação propiciada pelos meios de comunicação e a transformação da visibilidade fazem com que o poder seja disseminado entre diferentes grupos, o que se reflete na forma de atuação dos movimentos sociais, que buscam alcançar esta visibilidade para angariar adeptos e influenciar os centros decisórios de poder.

Os movimentos sociais desenvolvem estratégias de visibilidade e de reconhecimento público, sendo o ativismo uma forma estratégica que permite

compreender os processos de geração de estratégias comunicativas em duas grandes dimensões interconectadas [...]: (a) na manutenção de estruturas mobilizadoras horizontais – criação das condições de ação em rede e de coesão entre os atores mobilizados; e (b) no processo de visibilidade da causa, do movimento e seu posicionamento público (HENRIQUES, 2007, p. 96).

O ativismo vem ao encontro de duas das mais importantes premissas dos movimentos sociais, que são mobilizar os indivíduos em favor da sua causa e dar-lhes visibilidade. A legitimidade buscada pelos movimentos faz com que o seu ativismo seja estrategicamente pensado para alcançá-la, o que acarretará mais adeptos à mobilização e o alcance dos objetivos propostos.



As funções do ativismo podem variar, mas a principal está no despertar a atenção dos indivíduos para as ações e os objetivos dos movimentos. Henriques (2007) enuncia que existe uma mudança nos contornos das lutas sociais, o que caracteriza uma nova forma de ativismo. Para ele, este novo contexto recaracteriza o ativismo, pois há maior exercício da cidadania proveniente de indivíduos anteriormente excluídos da participação, movimentos plurais e policêntricos que convocam os cidadãos a participarem, além da ocorrência de associações que formam novas alianças, da realização de proposições interligadas a diferentes atividades e da substituição de ações fragmentadas dos movimentos sociais por ações coesas em rede (HENRIQUES, 2007).

O ativismo, por seu turno, pode ser pensado sob diversas perspectivas. Hoje, a internet possibilita uma nova forma de ação em tal contexto, o ciberativismo. Esta estratégia é uma alternativa dos movimentos sociais de "driblar" o monopólio da opinião pública exercido pelos meios de comunicação tradicionais como rádio, jornal e televisão. Na contemporaneidade, as redes sociais conferem liberdade de expressão aos ativistas sociais, o que, muitas vezes, lhes é negado nas grandes mídias. Neste contexto, os conceitos de cidadania e democracia são adaptados também para esse espaço fluído com a intenção de promover a mobilização social com liberdade de expressão.

Segundo Moraes (2001, p. 125), os movimentos “descobrem no ciberespaço possibilidades de difundir suas reivindicações. E o que é desconcertante: sobrepujando os filtros ideológicos e as políticas editoriais da grande mídia”. No ciberespaço, os movimentos sociais têm maior liberdade para expressar as suas ideias e debater com pessoas que se interessam em ampliar a discussão com o propósito de fortalecê-la. A democracia assim concebida é possível pelas linhas flexíveis da internet, a qual propicia que os indivíduos encontrem-se no ambiente virtual e possam, por meio de seus discursos, fortalecer os processos de mobilização social através da ampliação do debate, ao contrário do que ocorre nos meios massivos. Tal pensamento é compartilhado por Moraes, quando afirma que

[...] esse modelo alternativo de expressão, apoiado em processos interativos, contribui para reduzir dependência aos meios tradicionais, com sua crônica desconfiança dos movimentos comunitários. O mosaico comunicacional da Web reforça, assim, os campos de resistência à concentração da mídia, permitindo que idéias humanistas se expressem no perímetro do espaço político desterritorializado (MORAES, 2001, p. 129).



Além da liberdade dos embates entre os usuários, a internet é usada pelos movimentos sociais também pelo “barateamento dos custos; abrangência ilimitada; velocidade de transmissão; ruptura com as diretivas ideológicas e mercadológicas da mídia; autonomia para detonar campanhas [...]”, conforme Moraes (2001, p. 129). A internet tem um vasto alcance e a disseminação rápida de sua diversidade de informações, as quais são controladas também pela audiência que, para Downing (2002), passa a ser ativa no processo de comunicação. Ela é capaz de receber as informações e articulá-las ao seu modo.

Com o ciberativismo, os conceitos de cidadania e democracia, buscados pelos processos de mobilização social, são transpostos para a internet. Assim, o ciberativismo pressupõe que haja uma ciberdemocracia e uma cibercidadania que, para Marzochi (2007, p. 4), “já não se limita ao pertencimento à cidade ou ao território nacional”. Assim, ela caracteriza o indivíduo como uma “figura de um cidadão cibernético desterritorializado” (2007, p. 2) que busca, por meio do espaço de redes fluídas e colaborativas, participar de ações que promovam a cidadania.

A ciberdemocracia está, para Lévy (1999), nas práticas democráticas que podem utilizar-se das potencialidades do ciberespaço para afirmar as suas políticas sociais. Ainda, segundo este autor,

[...] a verdadeira democracia eletrônica consiste em encorajar, tanto quanto possível – graças às possibilidades de comunicação interativa e coletiva oferecidas pelo ciberespaço –, a expressão e a elaboração dos problemas da cidade pelos próprios cidadãos, a auto-organização das comunidades locais, a participação nas deliberações por parte dos grupos diretamente afetados pelas decisões, a transparência das políticas públicas e sua avaliação pelos cidadãos (LÉVY, 1999, p. 186).

Pode-se afirmar que o ciberespaço é um local democrático para que os indivíduos promovam a sua cidadania e o ciberativismo, sendo que, nesse cenário, vêm somar-se às possibilidades que o indivíduo possui de fazer-se sujeito. Nessa busca, o processo de mobilização também ocorre para que os indivíduos tenham maior probabilidade de encontrar o seu lugar como atores sociais.

O ciberativismo, assim concebido, faz emergir uma concepção alargada de política, ou seja, uma elevação de questões do cotidiano na agenda pública: movimentos sociais e redes pelas quais articulam o seu discurso na busca por visibilidade, credibilidade e legitimidade. É o que se pode denominar a constituição de uma esfera de



debate público midiaticizada e, nessa esfera, a diversidade das intencionalidades, formalizadas por meio do discurso, podem representar espaços anteriormente abafados pelos meios massivos e pelos entraves de suas políticas institucionalizadas.

Os movimentos são atores sociais ímpares e buscam mobilizar os indivíduos ao despertar a sua conscientização e dar suportes para que a mobilização, de fato, ocorra. O ativismo, conforme mencionado anteriormente, vem ao encontro de duas premissas dos movimentos sociais: mobilizar os indivíduos e dar visibilidade às suas ações. A visibilidade almejada pelos movimentos, além de justificar a sua causa, legitimando-a, dá subsídios para a sua atuação, possibilitando entender a visibilidade não como a premissa básica dos movimentos sociais, mas como uma forma de legitimação institucional necessária.

Além disso, a visibilidade buscada pelos movimentos sociais e viabilizada pelos meios de comunicação ancora a discutibilidade que fazem com que os escopos de trabalho dos movimentos estejam presentes na esfera pública. Os movimentos sociais procuram estar na cena midiática, para tanto, desenvolvem estratégias ativistas com o intuito de agendar as temáticas públicas nos *media*, o que lhes propicia a visibilidade ampliada, bem como as informações necessárias para que debates sejam desenvolvidos com bases crítico-argumentativas. Esse fluxo possibilita que os movimentos sociais, por meio de suas estratégias, fomentem debates.

### **3. AS MANIFESTAÇÕES BRASILEIRAS E O CIBERATIVISMO DA LEGIÃO ANONYMOUS BRASIL**

Os protestos<sup>9</sup> que ocorreram no país, em junho de 2013, resultaram na tomada de decisão pelo poder público em diferentes áreas, tais como: saúde, transporte público, infraestrutura, educação, entre outras. Durante as manifestações, milhares de pessoas saíram às ruas para cobrar medidas do poder público para a melhoria do país. Os protestos ocorreram em muitas cidades, inclusive fora do Brasil, e foram largamente divulgados pela mídia nacional e internacional. Além disso, as manifestações tiveram forte poder viral nas redes sociais.

Várias formas de manifestação, pode-se dizer, foram legítimas, outras, no entanto, atentaram contra a legitimidade da causa, já que muitas instituições públicas e privadas foram depredadas e houve violência exacerbada em algumas ações. Ainda sim,

---

<sup>9</sup> Não cabe, neste trabalho, analisar os méritos destes protestos e das diversas instâncias envolvidas.





as manifestações foram consideradas um grande passo para o exercício da cidadania dos brasileiros, que, de acordo com algumas afirmações populares, estavam adormecidos e acomodados em zonas de conforto.

As manifestações alertaram o governo vigente que, tão logo, em resposta, pronunciou-se publicamente e propôs medidas para minimizar os problemas e os protestos. A onda de manifestações ainda não foi totalmente silenciada. Ora, ainda são organizados alguns protestos. Inferimos que, durante os jogos da Copa do Mundo, em 2014, que ocorrerá no Brasil, já que os manifestantes também questionam o alto investimento do governo no evento em questão.

A ação destes movimentos pôde ser percebida nas ruas, bem como através de sua atuação na internet. Nas redes sociais, além dos perfis já existentes, outros foram criados, no período dos acontecimentos, para divulgar imagens, notícias, entre outros elementos informativos a fim de promover a legitimidade das manifestações.

Dentre estes grupos, destacamos a intensa atuação do Anonymous Brasil. A legião, que atua em vários países, está no Brasil desde 2004 e, segundo a ideologia do movimento, não é um grupo e se consideram uma ideia de revolução contra as injustiças. Além disso, não se caracterizam como uma organização e não possuem líderes. A legião, sem fins lucrativos, busca apenas difundir a ideia Anonymous, compartilhar informações e levar adiante os problemas do Brasil e do mundo<sup>10</sup>. O coletivo de ativistas, como denomina a legião, atua principalmente no ambiente digital e utiliza seus *sites* e redes sociais para difundir sua ideologia<sup>11</sup>.

Durante as manifestações no Brasil, esta atuação no ambiente digital foi visível<sup>12</sup>. Para fins de análise, tomar-se-á como principal meio de veiculação de informações a *fanpage* da legião no Facebook.

---

<sup>10</sup> Informações institucionais veiculadas no *site* do Anonymous. Disponível em:

<<http://www.anonymousbr4sil.net/2013/11/sobre-anonymous.html>>. Acesso em: 09 de março de 2014.

<sup>11</sup> Segundo as informações contidas no *site* institucional, a legião tem forte atuação na internet, conforme os números disponibilizados: 22.300 seguidores no twitter, 1,2 milhão no facebook, 124.032 assinantes no youtube e 13 milhões de acesso no website oficial. Disponível em: <<http://www.anonymousbr4sil.net/>>. Acesso em: 9 de março de 2014.

<sup>12</sup> Em uma pesquisa realizada pela Interagentes, empresa de comunicação digital especializada em monitoramento, ações de intervenção e articulação de redes, o Anonymous Brasil apareceu, entre todos os atos realizados durante as manifestações, como uma das cinco primeiras autoridades no Facebook para tratar sobre os assuntos em questão durante os protestos. Sendo que sua posição ia se alternando do primeiro ao quinto lugar de acordo com o ato. A legião apareceu entre veículos de comunicação legítimos no país, como o Jornal Estadão, a revista Carta Capital e o jornal Folha de São Paulo, assim como entre grupos e movimentos sociais conhecidos no Brasil, como Mães de Março. A metodologia utilizada para fornecer estas informações foi, de acordo com a instituição, através de buscas realizadas no Facebook que visaram capturar citações públicas às manifestações contra o aumento de tarifas do transporte público. O período analisado compreendeu do dia 5 ao dia 21 de junho. As buscas por postagens públicas feitas a



A tabela 1, apresenta, em dados absolutos, o número de postagens<sup>13</sup>, de compartilhamentos<sup>14</sup>, de curtidas<sup>15</sup> e de comentários<sup>16</sup> na *fanpage* da legião entre os dias 26 e 30 de junho<sup>17</sup>.

Data	Postagens	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos
26/06	109	292.856	18.939	192.309
27/06	91	194.577	12.867	107.537
28/06	68	153.412	8406	157.058
29/06	81	124.251	7.824	85.338
30/06	111	351.624	31.988	301.210
Sub-Total	460	1.116.720	80.024	843.452

Tabela 1 – Número de postagens, compartilhamentos, curtidas e comentários da *fanpage* do Anonymous Brasil entre os dias 26 e 30 de junho de 2013

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir da página na rede social Facebook analisada.

De acordo com os números apresentados, percebe-se que a página oficial do Anonymous Brasil no Facebook teve um movimento de 460 postagens que se referiam às manifestações, durante os últimos cinco dias do mês de junho de 2013, evidenciando a representatividade da legião no âmbito *online*, já que, conforme os preceitos da própria legião, esta é a sua forma de atuação – através da sua participação virtual.

Para fins comparativos da representatividade da legião no Facebook, monitorou-se, nos mesmos dias, as *fanpages* dos jornais Estadão e Folha de São Paulo e das revistas Veja, Época e Isto É, conforme tabela abaixo. Como pôde-se perceber, os dois jornais não postaram nenhuma informação referente às manifestações, assim como as revistas Época e Isto É. A revista Veja foi a única representante dos veículos a postar informações referente às manifestações, com três postagens. No entanto, sua

---

partir de páginas e perfis do Facebook foram efetuadas diretamente por meio de requisições à API da referida rede social. Em seguida, foram processados os dados retornados para analisar o compartilhamento de publicações. Após processados, os dados foram importados para o aplicativo Gephi, software para a visualização e análise de grafos de redes complexas. No Gephi foi utilizado o algoritmo de análise de redes chamado Hyperlink-Induced Topic Search (HITS), desenvolvido por Jon Kleinberg. A métrica HITS atribui dois valores à cada nó: HUB e Autoridade. A autoridade estima o valor do conteúdo de cada página ou nó a partir do número de compartilhamentos de suas postagens. Os HUBs avaliam o valor de suas ligações (links) para outras páginas ou nós. Em suma, um nó de rede (pessoa ou página) que tenha seus posts muito replicados tem uma grande Autoridade. Disponível em: <<http://interagentes.net/?p=62>>. Acesso em: 09 de março de 2014.

<sup>13</sup> Ação de divulgar uma mensagem em seu perfil pessoal ou em uma página institucional no Facebook.

<sup>14</sup> Ato de compartilhar um *post* que um ‘amigo’ publicou no Facebook.

<sup>15</sup> Clicar no ícone Curtir em algo que um ‘amigo’ publicou no Facebook é um modo de dizer a essa pessoa que o usuário gostou da postagem.

<sup>16</sup> É um campo dentro de uma postagem onde as pessoas que podem visualizar a mensagem podem deixar uma mensagem a respeito do assunto divulgado.

<sup>17</sup> Pontuou-se estes cinco dias porque, na *fanpage*, esses são os dias de junho de 2013 que conseguiu-se recuperar os dados para fazer a análise quantitativa.



expressividade foi bastante baixa se compara à *fanpage* da legião Anonymous, que fez 460 publicações, no mesmo período.

Fanpage	Data	Postagens	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos
Veja	26/06	0	0	0	0
	27/06	0	0	0	0
	28/06	1	2.309	155	413
	29/06	1	2.889	200	1752
	30/06	1	3.240	230	1.621
	Subtotal		3	8.438	585
Jornal Estadão	26/06	0	0	0	0
	27/06	0	0	0	0
	28/06	0	0	0	0
	29/06	0	0	0	0
	30/06	0	0	0	0
	Subtotal				0
Jornal Folha de São Paulo	26/06	0	0	0	0
	27/06	0	0	0	0
	28/06	0	0	0	0
	29/06	0	0	0	0
	30/06	0	0	0	0
	Subtotal				0
Revista Época	26/06	0	0	0	0
	27/06	0	0	0	0
	28/06	0	0	0	0
	29/06	0	0	0	0
	30/06	0	0	0	0
	Subtotal				0
Revista Isto É	26/06	0	0	0	0
	27/06	0	0	0	0
	28/06	0	0	0	0
	29/06	0	0	0	0
	30/06	0	0	0	0
	Subtotal				0

Tabela 2 – Análise quantitativa das *fanpages* de cinco veículos de comunicação brasileiros entre os dias 26 e 30 de junho de 2013

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir do referencial teórico e das páginas na rede social Facebook analisadas.

No total, 460 mensagens foram divulgadas pela legião Anonymous. Além disso, as postagens geraram representatividade na rede por meio de 1.116.720 mil curtidas, de 80.024 mil comentários e de 843.452 mil compartilhamentos. O poder de



viralização desse conteúdo pôde ser verificado, por exemplo, nas postagens realizadas no dia 30 de junho de 2013, em que obtiveram 301.210 compartilhamentos. Aqui, pode-se inferir a relevante influência que a legião possui na rede.

Além disso, a potencialidade das postagens da legião pôde ser notada por meio do número que cada uma alcançou, principalmente o de compartilhamentos das mesmas. Embora o número de comentários seja bastante relevante, já que possibilita a discussão entre os usuários, assim como o número de curtidas porque evidencia o montante de pessoas que acompanham a página na rede social, o número de compartilhamentos aponta o alcance das postagens e a disseminação da informação entre os usuários do Facebook. Ademais, a pesquisa realizada pela Interagentes ratificou esta análise quantitativa ao avaliar a forte autoridade da legião em sua *fanpage* ao tratar de assuntos debatidos durante as manifestações.

A forma *online* de atuação da legião Anonymous Brasil caracteriza-se como ciberativismo por utilizar as potencialidades da internet para divulgar os problemas sociais que afetam o Brasil. Ainda nessa linha de trabalho, a legião, com o baixo custo de viralização<sup>18</sup> de seu conteúdo, fomenta as discussões acerca dos problemas sociais e dissemina estas informações a um número elevado de usuários da rede, o que também gera visibilidade ampliada a estes escopos e incentiva a mobilização social. Conforme aponta Lévy (1999), a internet serve como um meio de encorajamento. Sendo assim, o Anonymous Brasil utiliza-se dessa ferramenta para encorajar os indivíduos e incitar a mobilização social.

De acordo com estas afirmações, reiteramos a importante participação da legião, durante o período das manifestações, através de sua atuação no ciberespaço por meio de sua *fanpage* e da intensa disseminação de informações. Além disso, a pesquisa da Interagente mapeou, através de softwares, a força das conexões realizadas pelo Anonymous no Facebook quando a assunto eram as manifestações. O que colocava a legião entre as primeiras chamadas autoridades na internet para falar sobre o assunto para os usuários da rede. Através dos expressivos números e da força de suas conexões na rede, a legião contribuiu para dar visibilidade às manifestações, bem como fomentar a mobilização.

---

<sup>18</sup> Viralização é um termo que surgiu junto com o crescimento do número de usuários de blogs e redes sociais na internet. A palavra é utilizada para designar os conteúdos que são divulgados por muitas pessoas e ganham repercussão na web. É utilizado pelo Facebook para mensurar o quanto um conteúdo de uma página foi compartilhado.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mobilização social é uma premissa inerente aos movimentos sociais, já que estes necessitam dar visibilidade aos seus escopos de trabalho, bem como persuadir os indivíduos a participar de suas ações. Nesse sentido, o ativismo vem ao encontro da perspectiva da mobilização porque auxilia no alcance dos dois principais objetivos dos movimentos sociais: visibilidade e persuasão.

As manifestações que aconteceram no país tiveram como estopim o aumento no custo da passagem de ônibus em algumas capitais brasileiras. No entanto, outras problemáticas começaram a ser questionadas pelo povo e as manifestações foram tomando proporções cada vez maiores, unindo um número expressivo de pessoas, em diversos locais, inclusive brasileiros que residem fora do país. Por toda a sua abrangência, as manifestações pautaram a mídia nacional e internacional durante sua ocorrência.

Além da ação dos indivíduos nas ruas, pode-se perceber a atuação de diversos movimentos nessas ações. A sua influência não se deu somente no ambiente físico, mas também no espaço virtual. Através da internet, mais especificamente por meio das redes sociais, os movimentos conseguiram dar espaço e visibilidade às suas denúncias e informar um número maior de pessoas, almejando a legitimidade das manifestações.

Os dados da pesquisa corroboram a forma de atuação da legião, que afirma ser o ambiente virtual seu mais expressivo meio de luta contra os problemas sociais. A importante atuação da legião no ciberespaço também foi reafirmada na comparação feita entre o número de suas postagens com o de grandes veículos de comunicação brasileiros. Na comparação, os veículos não postaram nenhuma informação, com exceção da Revista Veja que publicou três postagens, número muito inferior ao da legião, que foi de 460 postagens.

No caso específico analisado, observou-se um alto número de postagens e informações divulgadas pela legião em sua *fanpage* e a sua forte representatividade na rede social. Acredita-se que o Anonymous alcance seu objetivo de difundir sua ideologia no ambiente virtual e o fez durante as manifestações ao tornar-se autoridade para tratar do assunto, bem como por disseminar informações na rede. Nesse sentido, infere-se que a legião contribuiu significativamente para dar visibilidade às temáticas debatidas durante os protestos e incitou a mobilização dos cidadãos.

Não cabe, neste artigo, encerrar as densas discussões oriundas das manifestações que ocorreram no Brasil. Tampouco avaliar a atuação dos movimentos e grupos que



participaram dos protestos de forma numérica. No entanto, este é o primeiro passo para analisar-se mais profundamente a ação, em específico, da legião Anonymous Brasil em tais protestos por meio de seu trabalho no meio virtual como forma de ativismo para a mobilização social.

## REFERÊNCIAS

ANONYMOUS BRASIL. Disponível em: <<http://www.anonymousbr4sil.net/>>. Acesso em: 09 mar. 2014.

DOWNING, John D. H. (2002). **Mídia Radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Editora Senac.

HENRIQUES, Márcio Simeone. (org.). (2004). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica.

\_\_\_\_\_. (2007) Ativismo, movimentos sociais e relações públicas. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Luiz Waldemar (orgs). **Relações públicas comunitárias**: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. (pp. 92 – 104) São Paulo: Summus.

INTERAGENTES. Disponível em: <<http://interagentes.net>>. Acesso em: 09 mar. 2014.

LÉVY, Pierre. (1999). **Cibercultura**. São Paulo.

MAFRA, Rennan. (2008). **Entre o espetáculo, a festa e argumentação**: mídia, comunicação estratégica e mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica.

MARZOCHI, Samira Feldman (2007). **Cidadania cibernética como construção não-governamental**: o *cyberativismo* do Greenpeace. Disponível em: <[http://www.sbsociologia.com.br/congresso\\_v02/papers/GT10%20Estado,%20Cidadania%20e%20Identidade/Cidadania%20cibern%20E9tica%20como%20constru%20E7%20E3o%20n%20E3o-governamental.pdf](http://www.sbsociologia.com.br/congresso_v02/papers/GT10%20Estado,%20Cidadania%20e%20Identidade/Cidadania%20cibern%20E9tica%20como%20constru%20E7%20E3o%20n%20E3o-governamental.pdf)>. Acesso em: 12 jun 2010.

MORAES, Dênis de. (2001) A cibermilitância: movimentos sociais na Internet. In: \_\_\_\_\_. **O concreto e o virtual**: mídia, cultura e tecnologia. (pp. 125-148) Rio de Janeiro: DP&A.

THOMPSON, John B. (1998). **A mídia a modernidade**: uma teoria social da mídia. 8 ed. Petrópolis: Vozes.

TORO, Jose Bernardo A.; WERNECK, Nísia Maria Duarte. (2004). **Mobilização social**: um modo de construir a democracia e a participação. Belo Horizonte: Autêntica