



O Facebook e a Esfera Pública: Uma Análise Sobre a Organização das Manifestações e dos Protestos em Junho de 2013 no Brasil¹

Rangel Ramiro RAMOS²

Marcelo Fernando de LIMA³

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

De acordo com o Jornal O ESTADO DE SÃO PAULO, o *Facebook* foi considerado um dos principais meios de comunicação utilizados nas manifestações que ocorreram no Brasil no mês de junho de 2013. O presente artigo foi organizado a partir das impressões resultantes de uma análise realizada através da ferramenta quantitativa *Survey*, visando avaliar organização da onda de protestos da qual o Jornal se refere. O questionário contou com a participação de 264 usuários do *Facebook* oriundos de diversas regiões do Brasil. O interesse do pesquisador foi investigar o ciberativismo, analisando se o *Facebook* pode ser considerado uma ferramenta de representatividade nacional, que possibilite de maneira efetiva a participação política e ideológica dos seus usuários nas discussões da esfera pública brasileira.

PALAVRAS CHAVES: facebook ; cibercultura; esfera pública; ciberespaço;

Introdução

A reportagem de Mariana Congo de 23 de janeiro de 2013 para o Jornal O Estado de São Paulo, afirma que o Brasil foi o país que mais agregou usuários ao *Facebook* no ano de 2012. São 64,8 milhões de brasileiros na rede social, correspondendo a um terço da população brasileira⁴. Na edição de 18 de junho de 2013, o mesmo jornal dedicou, pelo menos, 11 páginas para falar sobre a onda de protestos do mês de junho de 2013 que atingiu o Brasil.

¹ Trabalho apresentado no DT 6 - Interfaces Comunicacionais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Bacharel em Teologia pela Faculdade Batista do Paraná. Estudante de Comunicação Institucional do DACEX - UTFPR. E-mail: rangelramos@live.com

³ Orientador do Trabalho. Professor do Curso de Comunicação Institucional do DACEX-UTFPR, e-mail: marcelofernandodelima@yahoo.com.br

⁴ Disponível em 25/06/2013: <<http://blogs.estadao.com.br/radar-tecnologico/2013/01/23/um-terco-dos-brasileiros-tem-facebook-pais-se-torna-o-2o-em-numero-de-usuarios/>>



Pelas redes sociais, 79 milhões de internautas foram potencialmente impactados pelos compartilhamentos sobre os protestos. Segundo O Estado de São Paulo “o mapeamento foi realizado online pela empresa Scup. ‘O monitoramento mostra que essas mensagens chegaram a todas essas pessoas’, explicou o gestor de comunicação da empresa, Eliseu Barreira Junior” (O Estado de São Paulo 18/06/13 p. A15).

A semelhança do rádio e a da televisão, depois do telefone, que proporcionaram diferentes possibilidades de movimentações das discussões políticas e sociais, haja vista, os movimentos sociais “diretas já” de 1984 e “caras pintadas” de 1992, o advento da internet também apresenta hoje mais uma alternativa de comunicação das massas populares: *as redes sociais*, mas desta vez, numa escala bem maior de interação.

Este trabalho se propõe a apontar a efetividade da rede social *Facebook* como mecanismo de comunicação na participação das manifestações políticas e ideológicas da sociedade brasileira em junho de 2013. O objetivo deste trabalho foi observar o ciberativismo através do *Facebook* como ciberespaço, correlacionando a rede social ao conceito de Esfera Pública apresentado por Habermas. A expectativa foi encontrar resultados que apontassem para a eficiência, ou não, do *Facebook* como mecanismo de comunicação e recepção dos usuários da rede social.

A pesquisa foi elaborada em duas vertentes. A primeira teórica, que embasa a discussão do Ciberespaço como Esfera Pública. E, a segunda demonstra a análise resultante da pesquisa quantitativa realizada entre julho e agosto de 2013.

1. Esfera pública, o espaço de discussão dos cidadãos

Jürgen Habermas interpreta que os espaços de discussões na era moderna não estavam mais restritos aos políticos, mas estavam também entre os comerciantes burgueses e os denominou de Esfera Pública.

Habermas diz que “com a expansão do comércio, o cálculo comercial, precisava, de modo mais frequente e exato, de informações sobre eventos espacialmente distanciados” (HABERMAS, 1984, p.29). É nesse momento que surgem os primeiros correios e também a imprensa, ambos a serviço do comércio, institucionalizando um sistema permanente de comunicação. Habermas esclarece que a Esfera Pública nasce no século XIII, com o pré-capitalismo, sendo um sistema de troca de informações entre comerciantes e senhores feudais, mas é no século XVI que recebe a conotação de Esfera do Poder Público, quando os senhores feudais cedem espaço para as autoridades estatais.



Esses sistemas permanentes de informação são analisados pelos teóricos da comunicação que fazem da linguagem e do discurso seus objetos de estudo. Hobbes afirma que “se o discurso for apenas mental, consistirá em pensamentos de que uma coisa será ou não, de que ela foi ou não foi, alternadamente” (HOBBS 1974, p.44), para Hobbes, nenhum discurso pode terminar no conhecimento absoluto, seja no passado ou no futuro, ou seja, a cognição está sempre em formação. Bakhtin defende que “todo enunciado concreto é um elo na cadeia discursiva de um determinado campo” (BAKHTIN 2011, p. 297). E, Charaudeau (2012), explica que o discurso é a combinação entre o que se fala ou se escreve com a maneira a qual se fala ou escreve, ou seja, o discurso cria-se sempre a partir de dois polos.

Gabriel Tarde, a partir da concepção da sociedade como fator social de imitação entende que a comunicação pode ser unilateral e recíproca entre os indivíduos⁵, Antunes analisando essa postura de Tarde afirma que “só a partir da comunicação regular de informações e opiniões em sociedade é possível a influência do meio social sobre o pensamento individual” (ANTUNES 2008, p.27). Esta influência do meio social sobre o pensamento individual é denominado pelos teóricos da comunicação como *Opinião Pública*.

Lima e Oliveira (2012) afirmam que com a invenção da internet toda a sociedade tem a possibilidade de executar o processo de informação que dá origem à opinião pública. Contudo, não há mais a necessidade de um lugar físico para a execução desse processo, pois o ciberespaço ocupou esse papel, com o desenvolvimento das redes sociais. Lemos (2013) define que “o ciberespaço é um não lugar, uma *u-topia* onde devemos repensar a significação sensorial de nossa civilização baseada em informações digitais, coletivas e imediatas” (LEMOS, 2013 p. 128). Logo, a construção de discursos, por vezes, passa pelo crivo da cibercultura, acontecendo num ambiente que se dá de forma coletiva, digital e imediata, que nos remete à reflexão de como a opinião pública passa a ser formada nesse contexto.

Rüdiger (2013) define a cibercultura como uma formação prática e simbólica, que inserida no cotidiano do homem comum expressa e, por vezes, articula as circunstâncias e antagonismos sociais que surgem desde a era maquinista. Rüdiger defende que a cibercultura é uma formação paradoxal, porque ainda lhe falta a

⁵ Cfe. ANTUNES, Marco António. **Comunicação, Público e Multidão em Gabriel Tarde**. BOCC, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/antunes-marco-antonio-comunicacao-publico-multidao.pdf>. Acesso em: 19.08.2013.



capacidade de cultivo do ser humano, no sentido de aperfeiçoamento moral e intelectual da individualidade. Se torna, portanto, um processo de reciclagem do folclore mercantil surgido na era das Massas, resultante da falência das instituições tradicionais, num mundo mais racionalizado e sistêmico.

Enfim, percebemos que a cibercultura possibilita que a opinião pública seja formada a qualquer momento e transmitida de qualquer lugar. Nosso objeto de estudo, o *Facebook*, fruto da cibercultura, permite o que chamamos de ciberativismo, mas em também se apresenta como instrumento das Massas, transparecendo a falta de credibilidade na autonomia da construção dos discursos, que por vezes, são elaborados com propósitos capitalistas e nada preocupados com a discussão saudável em prol da sociedade.

2. O facebook

O *Facebook*, chamado originalmente de *thefacebook*, foi criado em 2004 pelo ainda estudante da universidade de Harvard, Mark Zuckerberg. Recuero (2009) afirma que no primeiro momento o objetivo de Zuckerberg era criar uma plataforma que proporcionasse a comunicação entre os alunos iniciantes e os alunos formandos, promovendo maior interação entre as faixas etárias de entrada e saída da instituição de ensino. Ela era apenas uma rede de contatos para alunos da própria universidade.

Aos poucos o acesso foi aberto para outras instituições de ensino crescendo entre as universidades americanas, através de convites feitos pelos alunos. Recuero (2009) diz que em pouco tempo o website se tornou o mais acessado entre as instituições. Em menos de um ano já havia cerca de um milhão de usuários.

Segundo dados da ComScore de setembro de 2008⁶ o Brasil apresentou cerca de 360 milhões de internautas conectados ao *Facebook*. Atualmente o website se tornou mais do que uma ferramenta de relações pessoais/sociais ele também é visto como um negócio. Crespo, Ruiz e Parra (2009) afirmam que o facebook é mais do que um espaço social, é um produto cultural cujo consumo a nível macro foi convertido à moda.

O *Facebook* é uma plataforma de arquitetura simples, de alta convergência digital e acessibilidade que está em todo tempo mudando para se adaptar à cultura contemporânea. Outra característica do website é que ele é um meio de comunicação gratuito e isso faz com que seja um meio econômico para a publicidade. A pesquisa

⁶ Disponível em:

<http://www.comscore.com/Insights/Press_Releases/2008/11/Social_Networking_in_Brazil>



realizada por Crespo, Ruiz e Parra (2009) mostra que os jovens usuários consideram que o Facebook promove um vínculo maior com os amigos, pois todos estão conectados a uma mesma rede interativa. Segundo a pesquisa, o Facebook é considerado pela maioria dos usuários como uma ferramenta completa, tendo aplicações que devem ser melhoradas como qualquer rede social.

Cáceres (2011) atesta que o usuário ao acessar o *Facebook* tem uma forma de interação basicamente lúdica de prazer, onde através dela vive em um mundo de passeio e gozo. Nestes locais os internautas podem interagir expressando suas opiniões a respeito da economia, política e de todos os problemas relacionados com a mídia e a sociedade. Um estudo da Retrevo (2010) mostra que 32% dos americanos com mais de 25 anos checam as atualizações do Facebook e do Twitter ao acordarem. E, 18% desses confirmaram que conferem as Notícias ainda na cama.

Portanto, seguindo a linha de raciocínio dos autores apresentados, tudo que é transmitido através de um pequeno clique, pode apresentar uma repercussão gigantesca na rede social. As manifestações ocorridas no Brasil, durante junho de 2013, exemplificam esse fenômeno. Os brasileiros mostraram que a Mídia convencional apresentava uma “opinião pública” falaciosa em relação aos protestos ao se posicionaram a favor das manifestações no *Facebook*, enquanto os jornais impressos e os telejornais criticavam a postura dos manifestantes.

3. Metodologia e pesquisa de campo

No primeiro momento deste artigo foi apresentada a análise teórica sobre o tema em estudo para embasar a pesquisa em pauta. Agora, serão apresentados os resultados da pesquisa de campo que utilizou como metodologia científica um questionário online divulgado pelo próprio *Facebook*. O tipo de questionário escolhido é o classificado como descritivo, conforme Gil (2002) e, tem como propósito verificar se a percepção dos fatos está ou não de acordo com a realidade.

Para enriquecimento da pesquisa, também foram realizadas algumas perguntas abertas no *survey*. Esse tipo de abordagem é classificado por Bardin (2009) como sendo classificatório e segundo ele mesmo, essa forma de análise traz indagações necessárias para o entendimento. O método de pesquisa está resumido na tabela 01, que foi desenvolvida exclusivamente para os internautas com idade acima de 15 anos, considerando-se que o universo probabilístico investigado está composto na maioria de internautas residentes na região sul do Brasil.



Tabela 01- Ficha técnica do estudo.

Universo Probabilístico	Usuários do Facebook de todo o Brasil
Tamanho da Amostra	264 internautas
Técnica de Obtenção das informações	Online : via Facebook
Período da Pesquisa de Campo	23/07 a 07/08 de 2013
Software utilizado	Google Doc

Fonte: O autor

O questionário foi organizado em três vertentes: Perfil do usuário, Conhecimento Geral do Facebook e o Facebook como ferramenta de comunicação, conforme quadro 02.

Quadro 02- Variáveis Básicas do Questionário

Variáveis	Detalhamento	objetivo	Análise
Perfil do Usuário	Sexo	Estabelece o perfil dos respondentes	Informações diretas para validação das respostas
	Faixa etária		
	Escolaridade		
	Região de moradia		
Conhecimento Geral do Facebook	Utilização e finalidade	Conhecer as razões para o uso do facebook dos respondentes	Relacionar as finalidades do uso com o perfil do usuário
Facebook como ferramenta de comunicação	Envolvimento com os protestos	Verificar se os respondentes utilizaram o facebook para se manifestar durante as ondas de protesto em junho de 2013 no Brasil	Relacionar os manifestantes com os usuários do facebook
	Participação das manifestações		
	Contribuição para propagação das ideias de manifestação		

FONTE: Vaz (2012) adaptado pelo autor

Os resultados apresentados a seguir são o cruzamento das perguntas respondidas pelos internautas. Optou-se por demonstrar os dados desta forma para se ampliar a visão e a discussão a respeito do tema em estudo.

4. Resultados

4.1 Relações Jovens x Facebook x manifestações

O questionário foi respondido por um grupo de 264 internautas. Cerca de 53% correspondem ao perfil masculino e 47% ao grupo feminino, sendo que no ranking de idade 73% das mulheres apresentam idade entre 15-30 anos e no perfil dos homens 52% tem essa mesma relação de idade.

Efetando-se o teste estatístico de Normalidade, com nível de significância de 1%, relacionando as variáveis: gênero (masculino e feminino) com perfil jovem da



amostra, conclui-se que as variáveis são dependentes, ou seja, há diferença significativa entre a amostra masculina e jovem em relação à amostra de feminina e jovem, como mostra a tabela 03.

	Masculino	Feminino	Total
Jovens	73	90	163
Não Jovens	68	33	101
Total	141	123	264

Tabela 03- Gênero X Perfil Jovem

A tabela 03 mostra que a maioria dos internautas que responderam o questionário são jovens entre 15 a 30 anos e que desta amostra (jovens-sexo feminino e masculino) 71% deles concordam que o *Facebook* foi o maior responsável pelo aumento da participação da população brasileira nas manifestações que ocorreram em junho de 2013. Cerca de 79% dos internautas, considerados jovens na pesquisa, afirmaram que contribuíram com protestos utilizando o *Facebook*, seja por meio de um “compartilhar” ou por meio de um “curtir”.

Ao serem questionados quanto à eficiência de protestar usando essa plataforma como instrumento, 94% dos entrevistados afirma que o *Facebook* se comporta como uma ferramenta de oportunidade para que a reivindicação possa ser atendida. E, 35% afirmaram que usam o *Facebook* como forma de protestar, expressar suas crenças e reivindicações como consumidores.

Além de se comportar como uma ferramenta de protesto e de contribuir para a organização das manifestações de julho de 2013 como afirma a grande maioria dos jovens entrevistados, o *Facebook* também é a principal ferramenta de comunicação entre eles. Quando questionados a respeito da forma que souberam pela primeira vez dos protestos no Brasil 58% disseram que foi a partir da rede social.

4.2 Relação Escolaridade Superior x Facebook x Manifestações

Dos entrevistados cerca de 19% apresenta nível escolar superior com especialização ou pós graduação e, deste grupo 68% acredita que o *Facebook* foi o maior responsável pelo aumento da participação do povo brasileiro nos protestos de junho de 2013. E, 43% deles afirmaram que utilizam o *Facebook* como instrumento de protesto ou apenas para manifestar suas opiniões e insatisfações como consumidores. Deste grupo 60% incentivam as reivindicações pelo *Facebook* através do modo “compartilhar” ou do modo “curtir” a postagem efetuada no website, pois acreditam que a plataforma é um instrumento real de manifestação.

Ao analisar a forma como esse grupo obteve conhecimento das manifestações, o *Facebook* ficou no segundo lugar como sendo o meio de comunicação mais utilizado por essa classe. Como mostra o gráfico 02.

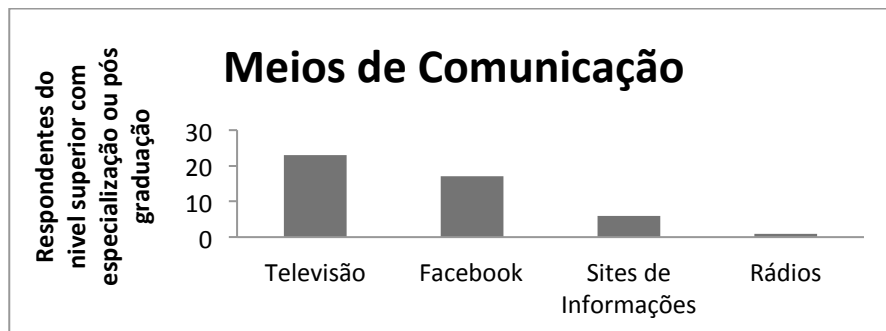


Gráfico 02- Meios de Comunicação

O gráfico 2 mostra que para o perfil de usuário analisado, a plataforma Facebook é uma das ferramentas de comunicação mais importantes que o Brasil tem atualmente. Na amostra total da pesquisa o Facebook ficou na frente dos sites de informação e da televisão como sendo o meio de comunicação que os entrevistados souberam pela primeira vez sobre as manifestações. De todos os entrevistados foram 125 que responderam que o Facebook foi o veículo de informação do qual souberam as primeiras notícias sobre as manifestações.

5.2 Relação Finalidade do uso x Facebook x Manifestações

Dos internautas que responderam a pergunta a respeito da finalidade com que utilizam o Facebook cerca de 70% afirmou que a principal utilização é o entretenimento, ou seja, é um meio de descontração e relaxamento. Como mostra o gráfico 03.

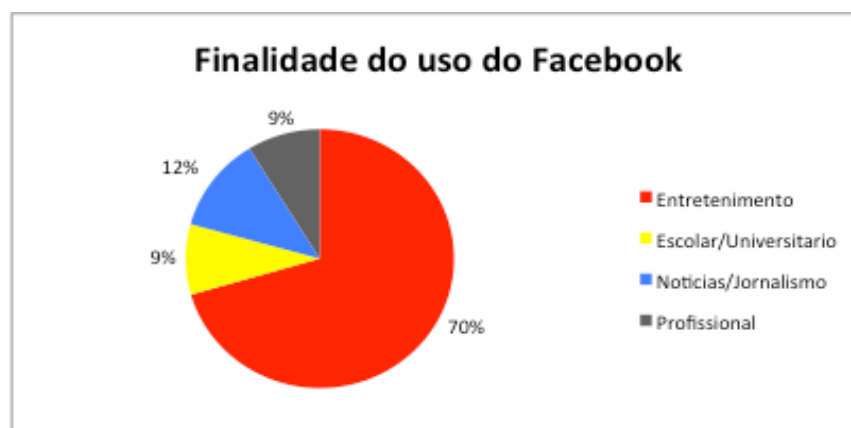


Gráfico 03- Finalidade do uso do Facebook



O interessante é que os internautas que usam o website como entretenimento, mas quando questionados se expõem suas ideias políticas, suas crenças e insatisfações como consumidores cerca de 55% deles responderam positivamente. Ou seja, mesmo que esse meio seja utilizada principalmente para o entretenimento, os usuários aproveitam para se manifestarem de uma alguma maneira. E, ainda 41,3% deles acreditam que o *Facebook* efetivamente é um meio de reivindicarem seus direitos e de se manifestarem.

Cerca de 96,1% dos entrevistados acredita que o manifesto ocorrido no Brasil em junho de 2013 apresentou tal repercussão, porque o *Facebook* foi o maior responsável pela aumento da participação do povo brasileiro. Outro dado interessante é que 13 pessoas das que responderam ter participado de alguma comunidade que realizou os convites pedindo para o povo ir até as ruas se manifestarem, 11 delas fazem parte desta amostra (internautas que utilizam o facebook para entretenimento). E ainda dos 7 que responderam ter criado um convite para o manifesto, 5 dentre eles pertence a esse grupo.

Portanto, mesmo que o website seja utilizado, apenas, para entretenimento, os internautas se manifestam e incentivam a manifestação através do *Facebook*. Isto demonstra que, realmente, o website contribui para o aumento da participação política e de opinião pública, permitindo ao cidadão mais um espaço de esfera pública.

6 Considerações Finais

O resultado do questionário apresentado demonstrou que para o grupo pesquisado o Facebook é um meio publicitário e gratuito de reivindicar seus direitos e permite aos usuários expressarem suas opiniões a respeito dos mais diversos temas ideológicos.

A possibilidade de interação entre o homem, a máquina e a sociedade faz com que a sociedade em redes, como apontado por Castells, ganhe cada vez mais espaço e relevância no cotidiano do ser humano, pois, a Cibercultura consegue potencializar a discussão que outrora estava localizada num espaço físico.

Vale considerar que a rede social proporciona indiretamente aos usuários se expressarem constantemente, sejam postando uma frase em seu perfil ou criando e compartilhando mensagens “polêmicas” que lidam com temas sobre a realidade da sociedade. E, por mais que a sensação de participação nos problemas da sociedade seja ilusória, ainda assim, a rede social em si tem seu valor, pois, de acordo com a pesquisa



realizada, o *Facebook* possibilitou aos brasileiros expressarem suas insatisfações, descontentamentos políticos e organizarem-se para manifestações públicas durante o mês de junho de 2013, contrapondo a postura dos telejornais.

Outro aspecto importante de ser abordado é que no ciberativismo as pessoas além de se expressarem com mais liberdade, também podem mascarar suas identidades com facilidade. Então, percebia-se nas manifestações das ruas a despreocupação dos manifestantes em separar a postura que tinham na ciberatividade da atividade no espaço concreto. Por isso, a expressiva presença dos grupos de protestantes usando máscaras para não serem reconhecidos.

Ao considerar que a Opinião Pública é elaborada a partir da expressão da sociedade, mesmo que influenciada pelas médias de massa, então, os levantamentos sobre a participação da sociedade no Facebook também poderiam ser considerados Opinião Pública. Mas, não há material científico suficiente neste trabalho para embasar uma conclusão definitiva sobre esse assunto. Contudo, baseando-se nos conceitos ideológicos de Habermas sobre gênese da Esfera Pública apresentados neste artigo, arriscar-se-ia propor que o *Facebook* poderia ser efetivamente considerada mais um espaço para discussões políticas e ideológicas, como a Esfera Pública conceituada por Habermas se apresenta.

Sabe-se que essa discussão sobre o comportamento dos internautas e as possibilidades do ambiente virtual ainda é muito recente no Brasil, porém se nota que as redes sociais já são utilizadas para as massas expressarem suas opiniões, sejam essas consideradas opiniões públicas ou não.

Contudo, a proposta deste artigo foi investigar se o *Facebook* pôde ser visto pelos usuários como uma possibilidade de espaço de discussão e organização dos protestos durante as manifestações de junho de 2013, a ponto de reivindicar de maneira efetiva as ações políticas e sociais brasileiras. Apoiando-se nos índices da pesquisa de campo entendeu-se que sim, o *Facebook* pode ser utilizado como esfera pública, entretanto, a real efetivação política das reivindicações ainda não foi possível mensurar.



Referências Bibliográficas

ANTUNES, Marco Antonio. **Comunicação, Público e Multidão em Gabriel Tarde**. BOCC, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/antunes-marco-antonio-comunicacao-publico-multidao.pdf>>. Acesso em: 19.08.2013

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.

CAMPOS, Blas, B. CABERO, Julio, (2002) **Familia y Medios de Comunicación**.

Disponível em: <<http://tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/FAMILIA.htm>>

Acesso em: 5/6/2008

CRESPO, Karina Loreto; RUIZ, Álvaro Elgueta; PARRA, Alejandro Riffo. **Motivación, Consumo Y Apreciaciones De Facebook Por Parte De Jóvenes Universitarios: El Caso De La Red Ucsch Chile**. Última Década. Cidpa Valparaíso, N 31, 2009. Dezembro P. 129-145.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

COSTA, Nayara M da Silva. **O Facebook como Ferramenta de Comunicação da Marca Origens**. Universidade Vila Velha. Vila Velha, 2009.

CLOUTIER, Jean. **A Era de EMEREC**. Lisboa: Ministério da Educação e Investigação Científica - Instituto de tecnologia Educativa, 1975.

FERIN, Isabel. **Comunicação e Culturas do Quotidiano**. Lisboa: Edições Quimera, 2002.

GONNET, Jacques. **Educação para os Media - As controvérsias fecundas**. Porto: Porto Editora, 2007.

GONNET, Jacques. **Educação e mídias**. São Paulo: Loyola, 2004.



HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Ed. Tempo Brasileiro, 1984.

HOBBS, Thomas. **Leviatã ou matéria, forma e poder de um estado eclesiástico e civil**. São Paulo: Ed. Abril, 1974.

LEMONS, André. **Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LIMA, Marcelo F. e OLIVEIRA, Eliane B. **Cibercultura e cidadania cultural: considerações teóricas**. Temática, 2012.

LITTO, F. M; FORMIGA, M. **Educação a Distância: um estado da arte**, volume 2. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

O Estado de São Paulo, Ano 134. Nº 43708. Edição de 21h30. Terça feira, 18 de junho de 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009

RETREVO (2010). **Is Social Media a New Addiction?** Disponível em <http://www.retrevo.com/content/blog/2010/03/social-media-new-addiction%3F>, acessado em 12.09.2013.

RUDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores**. Porto Alegre: 2ª edição, Sulina, 2013.