

Performance digital e alcance de conteúdo nas páginas das ocupações universitárias de 2016 no Ceará

Daniel Paiva de Macêdo Júnior
Universidade Federal de Minas Gerais (Brasil)
daniel.3macedo@gmail.com

Márcia Vidal Nunes
Universidade Federal do Ceará (Brasil)
marciavn@hotmail.com

Resumo

Ao constatarmos que páginas no Facebook foram as principais táticas de diálogo nas experiências desenvolvidas por estudantes que ocuparam universidades no Ceará em 2016, empreendemos análise da performance digital e da circulação do conteúdo a fim de discutir as potencialidades e as limitações da plataforma para comunicação contra-hegemônica produzida por movimentos sociais. Analisamos seis páginas que, juntas, compunham um montante de 897 publicações extraídas via Netvizz. Este corpus foi analisado em dois vieses: por um lado, sistematizando dados em modelos quantitativos a partir de categorias analíticas para refletir sobre interações, devolutivas e circulação do conteúdo; por outro, identificando e discutindo as redes sociais articuladas e a performance das páginas nesta ambiência.

Palavras-Chave: Facebook. Ocupações. Ceará. Circulação. Redes Sociais.

Abstract

When we found the Facebook pages were the main dialogue tactics in the experiences developed by students who occupied universities in Ceará in 2016, we undertook an analysis of the digital performance and the circulation of content in order to discuss the potentials and limitations of the platform for counter-hegemonic communication produced by social movements. We analyzed six pages that, together, made up an amount of 897 publications extracted via Netvizz. This corpus was analyzed in two ways: on the one hand, systematizing data in quantitative models from analytical categories to reflect on interactions, feedbacks and circulation of content; on the other hand, identifying and discussing the social networks articulated and the performance of the pages in this context.

Keywords: Facebook. Occupations. Ceará. Circulation. Social media.

Resumén

Cuando miramos que las páginas de Facebook fueron la principal táctica de diálogo en las experiencias desarrolladas por estudiantes que ocuparon universidades de Ceará en 2016, realizamos un análisis del desempeño digital y la circulación de contenidos con el fin de discutir las potencialidades y limitaciones de la plataforma para comunicación contrahegemónica producida por los movimientos sociales. Analizamos seis páginas que, en conjunto, componen una cantidad de 897 publicaciones extraídas a través de Netvizz. Este corpus fue analizado de dos formas: por un lado, sistematizando datos en modelos cuantitativos a partir de categorías analíticas para reflexionar sobre interacciones, retroalimentación y circulación de contenidos; por otro lado, identificar y discutir las redes sociales articuladas en la plataforma y el desempeño de las páginas en este entorno.

Palabras clave: Facebook. Ocupaciones. Ceará. Circulación. Redes sociales.

1. Introdução

O ano de 2016 demarca, no Brasil, o acirramento do jogo político a partir do impeachment de Dilma Rousseff. A ascensão de Michel Temer à Presidência da República, aliada as medidas implantadas no governo – como a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) 55/16, sobre regime fiscal; a Proposta de Lei do Senado (PLS) 193/2016, que institui o Programa Escola sem Partido; ou a Extinção do Ministério da Cultura, por exemplo – impunham uma agenda não-legitimada pela expressão popular.

Este contexto de ataque jurídico, político e midiático impulsiona um amplo ciclo de ocupações dos espaços públicos em 2016, emergindo uma gramática política de descontentamento na disputa simbólica, no campo das linguagens e do imaginário ao destacar que a palavra de ordem adotada por movimentos sociais era única num país de dimensões continentais: #OcupaTudo como medida de desobediência civil, nas mais diversas frentes de atuação, ocupando escolas, universidades, fazendas, sedes do Ministério da Cultura - MinC e do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Iphan em todo o país.

Estudantes, de norte a sul do país, compuseram trincheiras. Influenciados pela primavera de ocupações secundaristas ocorrida em 2015 no Brasil, pelas iniciativas paranaenses com a ocupação de mais de mil escolas e dos primeiros campus universitários; estudantes cearenses se somaram ao fluxo em conjunção que nasce sertaneja: iniciado no campus Iguatu do Instituto Federal do Ceará (IFCE) e seguindo para ocupações na Universidade Regional do Cariri (URCA), na Universidade Federal do Ceará (UFC), na Universidade Federal do Cariri (UFCA) e na Universidade Federal da Integração da Lusofonia Afrobrasileira (UNILAB).

Assim como a ocupação estudantil na Escola de Frankfurt em 1969 descrita por Marcuse (1999, p. 23), a tomada de poder dos estudantes brasileiros é um grito cadente frente ao esgotamento de diálogo com

os donos do poder; compreendendo que, de outra forma, as pautas e anseios não seriam consideradas e tampouco acolhidas. A onda nacional de ocupações é, pois, um ato de comunicação na medida em que rompe o cotidiano sob intenções de narrar versões outrora silenciadas. É justo notar que esta não foi a única medida adotada para diálogo sobre os anseios estudantis, afinal, estudantes-ocupantes cearenses criaram páginas no Facebook e tomaram esta ambiência como tática prioritária para disposição dos conteúdos e tessitura da história. É neste contexto que nossa pesquisa discute e analisa as possibilidades e limitações da plataforma para produção de comunicação contra-hegemônica diante das questões sociotécnicas do período.

2. Plataformas digitais e acesso à informação para brasileiros

Smartphones, tablets e outros equipamentos que permitem mobilidade e conexão se caracterizam em espaços híbridos ao criar “uma relação mais dinâmica com a internet incluindo-a em práticas cotidianas”, destaca Silva (2006, p. 24). A maior parte das relações desenvolvidas no espaço digital por usuários brasileiros no período em análise se dá em plataformas como o Facebook e YouTube, como observam Jonas Valente e Marina Pita (2018). Não por acaso, figuram entre as seis plataformas que concentram 70% dos acessos no Brasil.

Confirmamos esse poderio na alta demanda dos usuários que instalam as aplicações do conglomerado Meta nos celulares. O relatório de Valente e Pita (2018, p. 108) identificam que a adesão aos aplicativos Facebook, Facebook Lite, FB Messenger, FB Messenger Lite, WhatsApp e Instagram conformam quase 293 milhões de downloads na Play Store para dispositivos com sistema operacional Android. Em números totais, representam 85% das instalações enquanto Snapchat, Spotify, Netflix e Pinterest estão em casas abaixo dos 5% – não estabelecemos comparativo com os números trazidos sobre as aplicações do Google,

pois estas já vêm instaladas em conjunto ao sistema operacional aqui discutido.

Não por acaso as plataformas digitais de redes sociais são, segundo as pesquisas do DataSenado (2019), os principais mecanismos para obtenção de notícias por brasileiros. Ao comparar os dados de 2013 e 2019, percebemos que elas permanecem imbatíveis na marca de 90%, com oscilações em três pontos percentuais, como o principal espaço para ler e acessar informação. Delimitando o escopo por plataformas a partir dos dados de 2019, verifica-se que 54% dos brasileiros conferem ao Facebook o status de principal plataforma, para se atualizar sobre acontecimentos recentes, com aumento de 2%, quando comparado ao ano anterior. O WhatsApp alcança o quantitativo de 53% após crescimento de 5%; seguido do YouTube com 42% e ampliação de 8%. Vale atentar-se ao quarto colocado que, apesar da posição, é o que mais cresce em número de adeptos com finalidades informativas: o Instagram salta de 16% para 26% em um ano.

3. Vigilância em tempos de mediação algorítmica

O Facebook e as demais plataformas do conglomerado Meta não possuem lógicas isonômicas de disposição do conteúdo. Por meio de perfilamentos de interesses do usuário e sob manejos de engenharias de poder, o conteúdo é manejado em mediação algorítmica. Este último, discutido por Macêdo Jr (2020), trata-se da utilização conjunta de tecnologias de Big Data, do emprego de filtros e da aplicação de inteligência artificial como ordenadores em processo lógico-computacional capaz de redimensionar a entrega do conteúdo a usuários de plataformas.

O algoritmo sozinho não conseguiria dispor de um sistema responsivo inteligente dadas suas limitações, de modo que não devemos confundir a ação mediada por algoritmos – onde o código imprime respostas em tela sem interface com outros ordenadores, a exemplo de uma calculadora –

com mediação algorítmica que, por sua vez, diz respeito ao funcionamento de plataformas sob lógica algorítmica onde o código computacional aciona e se alia a outros ordenadores, a fim de configurar a disposição de conteúdo a partir da conjugação dos componentes lógicos em interface ao banco de dados, aos sistemas inteligentes de agrupamento e às modulações permitidas pelo hardware de consumo para, no fruto da interação destes, dispor curadoria de conteúdos (Macêdo Jr, 2020, p. 100)

Dadas as dinâmicas de arquivamento inerentes às tecnologias envolvidas e os exercícios de seleção sintetizados nesta experiência, nos parece justo tomá-las como expressão da vigilância de nossos tempos. Para evitar confusões com a possível carga simbólica sobre segurança e cuidado que o termo ‘vigilância’ possa conter, reafirmamos a delimitação conceitual proposta por Fernanda Bruno (2008, p. 11), que classifica vigilância digital como o “monitoramento sistemático, automatizado e à distância de ações e informações de indivíduos no ciberespaço com o fim de conhecer e intervir nas suas condutas ou escolhas possíveis”.

A permanente extração de dados, fornecidos involuntariamente por usuários no Google e no Facebook como observa Zuboff (2018), são objetos lucrativos para empresas que operam a vigilância; nisto, as disposições de conteúdo por mediação algorítmica são inscrições finais da vigilância operada pelas plataformas numa performance que

não mais isola e imobiliza indivíduos em espaços de confinamento, mas que se aproxima ou mesmo se confunde com o fluxo cotidiano de trocas informacionais e comunicacionais. Uma vigilância que se exerce menos com o olhar do que com sistemas de coleta, registro e classificação da informação; menos sobre corpos do que sobre dados e rastros deixados no ciberespaço; menos com o fim de corrigir e reformar do que com o fim de projetar tendências, preferências, interesses. (Bruno, 2006, p.153)

Não se dá de forma automática e tampouco é um processo natural: a expressão da vigilância no capitalismo se aprofunda a partir da mediatização da vida. Por isso, hoje, pouco podemos avançar no debate sobre composição de imagem pública na internet e disputa de memória

social – ou quaisquer outros fenômenos da comunicação em espaços digitais – sem considerar as plataformas e os quesitos que a estruturam como interventores. Afinal, a lógica, a finalidade e o funcionamento destas ambiências muito nos dizem sobre as redes que podem ser estruturadas e sobre as formatações dos fenômenos comunicacionais ali possíveis.

4. Movimentos sociais em plataformas digitais

Ao observar as atuações de movimentos sociais no Brasil, Maria da Glória Gohn (2017) tem tomado notas sobre a adoção das plataformas como mecanismo para ativação das redes sociais, como tática para mobilização de massas e como expressão de discurso público. Deste modo, a performance enquanto gesto de experiência encarnada pela qual se tecem identidades políticas (Taylor 2013), assume conotações outras no contexto digital diante da possibilidade de inscrição e de leitura de si e dos outros sob mediação tecnológica como dimensiona Bill Worthen em entrevista para Diana Taylor (2007).

Assim, plataformas assumem um local privilegiado para performance pública e pela qual tem se firmado na experiência brasileira como prática comum dos movimentos sociais para disputa de narrativas. Observamos, a partir das considerações de Benjamin (1994) ‘sobre o Conceito de História’, que movimentos sociais friccionam versões para composição da memória social a fim de disputá-la. Por isso, faz-se necessário compreender a dinâmica em que estudantes compuseram uma imagem compilada sobre si mesmos, sob dinâmica de relações públicas em ditos até então não apresentados pelas empresas jornalísticas.

Ao pautarem narrativas outras a fim de disputar referências sobre a compreensão das ocupações de 2016, lemos a performance dos estudantes como um exercício de confronto à hegemonia das instituições. Por isso, nos amparamos em Raymond Williams

(1979) para quem a contraposição de discursos resulta em constante movimento e fricção para produzir compreensões sobre os ocorridos. Esta dinâmica admite, pois, lugar de atenção uma vez que se trata de

um complexo realizado de experiências, relações e atividades, com pressões e limites específicos e mutáveis. Isto é, na prática a hegemonia não pode nunca ser singular [...] Além do mais (e isso é crucial, lembrando-nos o vigor necessário do conceito), não existe apenas passivamente como forma de dominação. Tem de ser renovada continuamente, recriada, defendida e modificada. Também sofre uma resistência continuada, limitada, alterada, desafiada por pressões que não são as suas próprias pressões (Williams, 1979, p. 115-116)

Durante a pesquisa, observamos que estudantes optaram pelo uso do Facebook para circular conteúdos sob intencionalidades contra-hegemônicas. É preciso dizer que muitos são os estudos sobre a adoção plataformas por movimentos sociais no Brasil. Ao compor o estado da arte para desenvolvimento em texto dissertativo, notamos que é comum a construção de conclusões que, por um lado, fundamentam-se na valorização da utilização das plataformas para disposição de conteúdo sob motivações e argumentos evocados pela lógica de cidadania inspirados em Castells (2001; 2013), considerando que, de outra forma, não teriam condições de inseri-los na cena pública dos debates; por outro, estabelecem tais constatações sem

problematizar as configurações sociotécnicas das plataformas, das redes e das dinâmicas de mediações que convencionam a capacidade real de circulação do conteúdo e que estruturam fenômenos comunicacionais estudados.

Partindo desta constatação e mobilizados pela inquietação de ação automática de movimentos sociais na adoção do Facebook como plataforma para construção de imagem pública e disputa de narrativas, empreendemos esforços analíticos sobre as possibilidades e as limitações da plataforma para circulação das publicações e para articulação de redes sociais a partir das performances digitais

das páginas estudantis em face às dinâmicas sociotécnicas. Nisto, debruçamos atenção ao processo de ocupação deste movimento social na pretensa ‘nova arena pública’ de debates que marca os ideários sobre usos das plataformas no país – com ênfase ao uso de perfis com demarcação contra-hegemônica.

4.1. Metodologia

Neste contexto, delimitamos o corpus em torno das seis páginas referentes às incidências estudantis na Universidade Federal do Ceará (@greveestudantilUFC), Universidade Federal do Cariri (@ocupaufca), Universidade Regional do Cariri (@ocupaurca2016), Universidade Federal da Integração da Lusofonia Afrobrasileira (@ocupaunilab) e Instituto Federal do Ceará (@ocupaifce e @ocupartes). Com maior especificidade, somaram-se oitocentas e noventa e sete publicações em análise.

Para extração das publicações e das informações a elas inerentes, adotamos a plataforma Netvizz. Elegemos o período de 20 de outubro de 2016 à 18 de janeiro de 2017 – que demarca do registro do primeiro post sobre o assunto nas páginas do IFCE Iguatu ao dia de encerramento da ocupação da Reitoria da URCA – para delimitar um espaço temporal das publicações de interesse no objeto da pesquisa.

Diante das informações extraídas, realizamos exercícios analíticos em dois sentidos: no primeiro, adotando o traçado teórico-metodológico sobre Análise de Redes proposto por Recuero, Bastos e Zago (2015), identificamos as tessituras de redes constituídas a fim de compormos um mapeamento das teias de relações articuladas entre páginas de ocupações; no segundo, a partir da dinâmica proposta por Bardin (2011) para Análise do Conteúdo, estabelecemos classificações a partir de critérios predefinidos, a fim de conformar categorias analíticas do corpus.

Temos 21 nós² e 37 arestas³ nesta rede social. Cada nó está identificado por cores que dizem respeito à configuração política de cada elemento: os rosas dizem respeito a ocupações estudantis e mobilizações grevistas; os verdes constituem as entidades de representação discente; azul e laranja são sobre sindicatos nas pautas de educação. O tamanho dos nós são proporcionais ao indegree que, assim, representam a quantidade de conexões que um determinado nó recebe.

Na página utilizada pelas trinta e quatro experiências de ocupação na UFC, obtivemos um ponto orgânico de interação com outras redes. Percebemos que, pela pluralidade de ocupações descentralizadas na instituição, a página @greveestudantilUFC cumpria papel de unificação do conteúdo e, assim, uma síntese sobre o movimento de ocupações referentes à Universidade.

Ao analisar @ocupartes do IFCE em Fortaleza, tivemos uma única interação com a página da ocupação do Instituto de Cultura e Arte da UFC. Esta é a única rede construída entre páginas de ocupações de instituições distintas no Ceará e, nisto, é justo constatar que os esforços de comunicação realizados por estudantes nesta plataforma produziam escassas interações digitais entre si, de modo que o contato entre experiências não aparece na visualização dos grafos.

A não observância de relações entre as páginas do Ceará, na medida em que @greveestudantilUFC nutria interação com experiências cariocas e, junto destas, listaram-se entre um grupo seletivo de rede social, fazem-nos ponderar duas coisas: a) o Comando de Greve Estudantil da UFC se situava dentro do rol nacional de debates e, por isso, desenvolviam estas relações; b) nesta justa medida, possuía maior responsabilidade com a concretização de uma rede de diálogos e compartilhamento no Ceará.

2 Nós são os pontos de interseção na rede que radicam a expressão de um agente. No caso, uma página de Facebook.

3 Arestas são os vínculos entre os nós e as pontes que realizam em resultado das interações orgânicas.

Em todas as outras páginas, a figuração se dá na representação do nóilhado em torno de si mesmo. A não construção de relações virtuais com outras páginas tornou @ocupaufca, @ocupaurca2016, @ocupaunilab e @ocupafce isoladas na circulação de conteúdo e na constituição de uma pretensa coletividade na performance digital.

Outra observação importante é que, entendendo a relação de abertura que as ocupações estabeleciam com as empresas jornalísticas e o papel que as páginas cumpriam de relações públicas, elas não estabeleceram circuito de interação com páginas da imprensa.

4.3. Perspectivas sobre a circulação do conteúdo

Na primeira classificação, perfilamos as páginas a partir das dinâmicas de postagem e das decorrentes interações virtuais em curtidas, reações, comentários e compartilhamentos que estas acumulam. Esta observação é importante porque nos permite caracterizar o alcance a partir de um panorama total das interações digitais com usuários que articulam a rede social das páginas em análise. Assim, temos:

Tabela 1. Métricas por interações virtuais

Página	IES	QUANTIDADE				
		Posts	Likes	Reações	Coment.	Compart.
@greveestudantilUFC	UFC	205	12026	2578	783	4112
@ocupafce	IFCE	103	826	85	52	287
@ocupartes	IFCE	129	1846	406	150	795
@ocupaurca2016	URCA	120	2206	201	210	956
@ocupaufca	UFCA	194	1709	204	66	385
@ocupaunilab	UNILAB	139	1248	162	46	265

Fonte: Macêdo Jr (2020)

Dados os valores, destacamos que likes e outras reações se configuram como a principal modalidade de interação entre usuários e, nisto, um importante indicativo sobre as performances ali praticáveis: em tela, realizam prioritariamente ações estimuladas. Entendendo que

cada post só pode receber uma única resposta estimulada, adotamos a classificação de interação por clique para designar a somatória dos valores em curtidas e em reações disponibilizadas pela plataforma para as publicações analisadas. Ao dividir os valores de cada prática pelo número total de postagens, temos a interação média por postagem em cada página.

Tabela 2. Médias de interação por postagem

PÁGINA		QUANTIDADE		
		Por cliques	Por Comentários	Compartilhamentos
@greveestudantilUFC	UFC	58,663	3,819	20,058
@ocupaifce	IFCE	16,864	0,504	2,786
@ocupartes	IFCE	31,767	1,162	6,162
@ocupaurca2016	URCA	38,441	1,75	7,966
@ocupaufca	UFCA	18,670	0,340	1,984
@ocupaunilab	UNILAB	19,122	0,330	1,906

Fonte: Macêdo Jr (2020)

Ao analisar estes números e reforçar o exposto sobre o local de centralidade das ações estimuladas, percebemos, ainda, que comentários não são uma prática instantânea de interação dos usuários. Nisto, as métricas de compartilhamento são mais altas que as de comentários em todos os casos. Esta diferença exponencial nos faz denotar que usuários, ao invés de produzir comentários evidenciando posicionamentos políticos, performam tornando o conteúdo disponível mais visível ao circular na própria bolha⁴. Esta evidência reforça o caráter de disputa de visibilidade em detrimento de uma pretensa arena de argumentação e de debate.

Apenas uma página consegue superar a média de três comentários, vinte compartilhamentos e cinquenta interações por cliques a cada postagem. Considerando que o uso dos canais esteve relacionado ao interesse em disputar narrativas e estabelecer diálogo com a população,

4 São, para Pariser (2011, p. 32), motores de previsão que selecionam conteúdo e dimensionam níveis de interação e circulação de conteúdo em plataformas virtuais. Temos, portanto, a bolha como o nível mais íntimo.

constatamos que os números expressam o baixo nível de interação e de retorno.

É importante notar que a interação por cliques é a principal expressão de performance digital de usuários nas conexões analisadas neste trabalho. É através desta modalidade que a ampla maioria expressa posição e relação com as publicações e com as temáticas propostas nas páginas. Dado que as reações estimuladas em interações por cliques conferem a maior parcela de interação das pessoas com o conteúdo público, temos disto um importante termômetro para tipificar sobre as relações em rede e, por isso, assumem status de importância nesta pesquisa.

Entendendo a valia das interações por cliques e reafirmando o caráter sígnico de apoio e de concordância existente na expressão do like, nos debruçamos sobre as outras reações disponíveis na plataforma a fim de identificar o retorno dos usuários ao conteúdo, tomando as intencionalidades discursivas e simbólicas contidas em cada tipo de interação.

Tabela 3. Quantidade de reações nas páginas

PÁGINAS		INTERAÇÕES POR CLIQUES					
		Amei	Uau	Haha	Triste	Grr	Gratidão
@greveestudantilUFC	UFC	2414	59	36	50	19	0
@ocupaifce	IFCE	70	4	1	2	8	0
@ocupartes	IFCE	369	6	11	7	13	0
@ocupaurca2016	URCA	186	2	4	1	8	0
@ocupaufca	UFCA	202	0	2	0	0	0
@ocupaulab	UNILAB	154	2	0	6	0	0

Fonte: Macêdo Jr (2020)

Em todas as páginas, a reação ‘amei’ é amplamente majoritária em comparação com as demais. Este é um demonstrativo que as interações se voltaram, sobretudo, para ampliar a expressão de aprovação do conteúdo exposto e das iniciativas realizadas nas ocupações. As reações que demarcam contrariedade, como ‘Grrr’ e ‘Triste’, são pouco

utilizadas. No caso da @ocupaufca é nula a adoção destas últimas duas categorias. Assim, notamos que as páginas não sofreram ataques de robôs orientados por contramovimentos de desocupação, bem como o conteúdo não adentrou as bolhas de usuários potencialmente contrários às ideias por elas expostas; mas conformou espaço de diálogo entre perfis de pensamento aproximado – em outras palavras, conformaram bolhas.

Outras categorias importantes para análise encontram-se nos comentários. Para trato deste item, tomamos a quantificação total de comentários contida em cada post a fim de identificar a frequência de exercício desta performance. De modo que, ao sistematizar em valores médios de participação, temos:

Tabela 4. Distribuição de comentários em postagens

PÁGINAS	QUANTIDADE DE COMENTÁRIOS							
	0	1 e 2	3 a 5	6 a 10	11 a 20	21 a 50	51 a 100	+ de 101
@greveestudantilUFC	137	37	15	8	2	2	1	3
@ocupaifce	89	9	1	4	---	---	---	---
@ocupartes	82	29	17	1	---	---	---	---
@ocupaufca2016	96	17	2	2	1	1	---	1
@ocupaufca	160	27	6	1	---	---	---	---
@ocupaunilab	121	14	1	2	1	---	---	---

Fonte: Macêdo Jr (2020)

A alta taxa de publicações sem comentários já era algo esperado frente às baixas médias antes apresentadas. As publicações sem comentários são maiores que a somatória de todas as que possuem performances deste tipo. Entendendo que o público envolvido majoritariamente demonstra apoio em interações por cliques, a baixa adesão neste tipo de interação revela traço constitutivo da dinâmica da plataforma que privilegia interações por clique e da relação constituída por usuários.

Comentários são a única modalidade de interação com publicações no Facebook que demandam elaborações com maior emprego de tempo do usuário. Considerando que poucos posts alcançam altas

métricas deste tipo de performance, é justo dizer que nem toda postagem é estimulante à resposta e/ou produzida e planejada com esta finalidade. Entendemos que a presença constante de *overposting*⁵ na gestão das páginas e o escasso planejamento de construção narrativa são elementos que podem explicar a baixa adesão de comentários, por um lado; assim como a dinâmica de sociabilidade acelerada nas plataformas digitais de redes sociais que impelem práticas estimuladas como principal retorno ao conteúdo.

Ao analisar as três postagens do @greveestudantilUFC e uma da @ocupaURCA2016 que obtiveram mais de cem interações em comentários, percebemos que não são equânimes nem em formato e nem em tratativa do conteúdo. Quanto ao formato, temos: duas publicações com cards de caráter informativo, uma com transmissão ao vivo de debate sobre transexualidade na URCA e uma com fotografias do ato com cadeiras na Avenida da Universidade, em 13 de dezembro. Também diferem nas características da narrativa e nos dias de publicação. Conferimos, entretanto, a alta taxa de comentários ao conteúdo como expressão da capacidade deste mecanismo em despertar interesse público, seja marcando outros usuários para também acessarem a publicação, seja elaborando reflexões e dialogando com a narrativa exposta.

É importante notar que os casos mencionados ocorrem na reta final das ocupações. Ou seja, as páginas já possuíam redes articuladas e métricas de mediações algorítmicas definidas. Porém, a importância conferida pelos usuários ao conteúdo, a não realização de *overposting* nesses dias e o acerto na tática permitem aos quatro casos obterem visibilidade e interações fora do padrão.

Outro aspecto importante para a análise dos comentários é o retorno que estes receberam após publicados, tanto em interação por cliques quanto na geração de debates – e, inclusive, na ausência total de respostas. Visualizamos, nas interações por clique, uma boa maneira para observar a dinâmica de retorno às produções dos usuários.

5 Prática de realização excessiva de publicações em plataforma digital para redes sociais.

Tabela 5. Comentários em interações por cliques

PÁGINAS		QUANTIDADE DE INTERAÇÕES POR CLIQUES					
		0	1 a 5	6 a 10	11 a 15	16 a 20	21 ou +
@greveestudantilUFC	UFC	332	345	26	9	3	8
@ocupaifce	IFCE	28	24	---	---	---	---
@ocupartes	IFCE	60	84	6	---	---	---
@ocupaurca2016	URCA	121	82	---	---	---	---
@ocupaufca	UFCA	21	44	---	---	---	---
@ocupaunilab	UNILAB	16	30	---	---	---	---

Fonte: Macêdo Jr (2020)

Apenas em @ocupaifce e @ocupaurca2016 temos a expressão nula como maioria, conferindo que comentários sequer possuíam devolutiva de interação nem das páginas estudantis. Retomando a avaliação de que o público de seguidores se manifestava majoritariamente em apoio às páginas, a ausência de política dos administradores para retorno aos comentários realizados pelo público denota pouco manejo e baixa observância deste nível de performance que, por sua vez, reduz a construção de vínculos e a tessitura de redes sociais com os usuários. As duas páginas citadas, acrescidas de @ocupaufca e @ocupaunilab, não registram publicações com mais de cinco interações por clique; logo, estas páginas e as publicações contidas não se consolidaram como um espaço de debate público e, por consequência, os comentários eram pouco observados e constam de poucas interações.

@ocupartes alcança seis publicações com comentários que registram entre seis e dez interações por clique. O número pode parecer uma boa expressão, quando comparada aos casos anteriores. Contudo, considerando que esta página possui universo de setecentos e oitenta e um seguidores, os valores conferem envolvimento entre 0,9% e 1,2% do público. Nisto, constatamos que se insere como um espaço de interação numa bolha bastante restrita e que não congrega o potencial da rede.

Em @greveestudantilUFC, todos os comentários que ultrapassaram vinte curtidas são críticos e não apoiam as ocupações na Universidade. Quatro delas se concentram no primeiro post de anúncio da primeira

ocupação divulgada em Fortaleza. Os comentários e as reações não foram feitos por robôs e tratam-se de crítica com notório apoio de outros usuários e que nos confirmam, nestes casos específicos, uma real arena pública de debates.

Atentos a uma compreensão mais geral das páginas a partir dos marcadores já evidenciados, decidimos classificar e discutir os caracteres presentes no engajamento médio de cada espaço digital. Por engajamento, tratamos o resultado da somatória das formas de interação disponíveis na plataforma entre usuários e conteúdo. Para realizar esta análise, estabelecemos um filtro para usuários que realizem mais de uma das performances possíveis na plataforma a fim de não conferir duplicidade e cada perfil ser calculado apenas uma vez.

Tabela 6. Engajamento médio de usuário por postagens

PÁGINAS	ENGAJAMENTO MEDIO					
	Nulo	1 a 10	11 a 50	51 a 100	101 a 300	301 ou +
@greveestudantiUFC	4	56	89	15	24	14
@ocupaifce	---	64	35	3	1	---
@ocupartes	4	23	92	10	---	---
@ocupaurca2016	5	28	68	13	6	---
@ocupaufca	2	112	76	4	2	---
@ocupaunilab	14	73	46	6	---	---

Fonte: Macêdo Jr (2020)

Temos @ocupaifce de Iguatu como a única experiência em que todas as publicações dispõem de algum grau de engajamento. Este dado revela que todas as postagens, independente das características narrativas, tiveram alguma resposta e interação dos usuários.

As publicações com engajamento nulo, em todos os casos, encaixam-se em três tipos: ou são compartilhamento de programações de outras páginas, como percebemos nos quatro casos da Página da UFC; se tratam de publicações feitas por usuários na timeline da página, dados os nove exemplos da UNILAB, quatro do IFCE Fortaleza, quatro da URCA e um da UFCA; ou, não menos importante, os casos onde temos postagens realizadas pela página e com efeito nulo de interações. Nesta

última, registramos sete casos, um referente à publicação da URCA em 24 de dezembro de 2016, informando sobre a cobertura de ato a ser realizado no dia de Natal; outro da UFCA com card da programação da ocupação em 09 de dezembro; e cinco da UNILAB, sendo: uma com card da programação de 09 de dezembro; um link com matéria sobre legalização do aborto e três compartilhamentos de publicações de outras páginas.

As publicações de @ocupafce, @ocupaunilab e @ocupaufca reuniam, majoritariamente, engajamento entre uma e dez pessoas a cada publicação. Já @comandodegreveUFC, @ocupaurca2016 e @ocupartes tiveram entre onze e cinquenta pessoas como público de engajamento no maior montante de publicações. Dadas às dinâmicas de mediação algorítmica e o número constante, estes públicos constituem, por sua vez, um indicativo da rede mais próxima destes canais – isso porque a certeza desta afirmativa só seria possível com análise das estruturas de mediação não divulgadas de forma pública pelo Facebook. Em outras palavras, temos, aqui, a bolha simples desenvolvida da interação entre páginas e usuários.

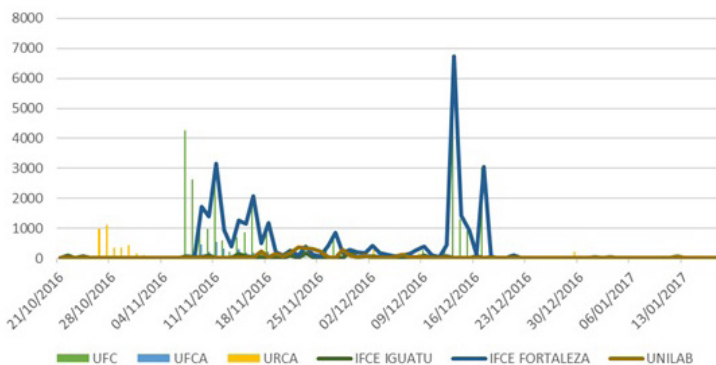
Temos, ainda, vinte e quatro publicações em UFC, seis na URCA, duas na UFCA e uma no IFCE Iguatu com engajamento superior a cem usuários. Sem esquecer das catorze na UFC que alcançaram mais de trezentos usuários. Dadas as métricas comuns observadas até aqui, estas são as publicações que obtiveram melhor desempenho de engajamento se considerarmos o universo de seguidores. Rompendo, assim, a bolha simples definida pelos números médios de alcance; mas ainda assim em bolha se tomarmos o espectro do pensamento político comum e da concordância como elemento central.

Ao se debruçar sobre a narrativa, tomamos nota que as publicações com maiores êxitos em engajamento são: duas com links de matérias do Jornal O Povo com pauta sobre as ocupações, três das publicações com maiores taxas de comentários – já discutidas neste artigo – e todas as demais contêm fotografias da tomada de ocupações, de atos e manifestações políticas e simbólicas. Por isso, é fundamental registrar

atenção especial as visualidades, sobretudo fotográficas, na relação que estes nutrem para engajamento e disputa de narrativas na plataforma em estudo – objeto de interesse para trabalhos futuros.

Esta relação, entretanto, não é meramente matemática. Por isso, agrupamos por dias o engajamento das postagens no intento de compreender os períodos de fluxo na relação entre páginas e usuários.

Gráfico 2. Engajamento alcançado por dia



Fonte: Macêdo Jr (2020)

Estes dados nos fazem perceber três momentos no fluxo de engajamento: a) o primeiro diz respeito ao período entre 21/outubro e 18/novembro em que se deu o início das ocupações, de criação das páginas, do emprego de *overposting* e, disso, alto engajamento dos usuários; b) o segundo, referente ao intervalo entre 19/novembro e 11/dezembro que também é atravessado por *overposting* e é marcado por baixas métricas de engajamento; e c) o terceiro, firmado entre 12/dezembro e 18/dezembro, marcado pelo período de votação da PEC 55/2016 no Senado que convocou mobilização expressiva nas ruas e suscitou as mais expressivas taxas de engajamento diante de uma tessitura articulada da narrativa.

Esta percepção dos fluxos reforça duas análises fundamentais para esta pesquisa. A primeira confirmação onde a adoção de *overposting*,

para além da saturação na plataforma e de voltar-se contra a lógica de mediação algorítmica, não é método garantido para engajamento dos usuários. Afinal, como observamos, a adoção da tática foi feita no segundo período por quase um mês e não colaborou de modo direto na disputa de sentidos ou no diálogo com agentes externos ao circuito de ocupações. A segunda é possível diante das experiências: é a ruptura com o cotidiano e o efeito de notícia nas postagens do primeiro e do terceiro período que conferem engajamento dos usuários nas publicações.

5. Considerações finais

Primeiro, é preciso observar que a definição do código de mediação algorítmica que regula o relacionamento entre o Feed de Notícias dos usuários e as publicações realizadas em páginas toma forma no Facebook em resultado: a) às métricas orgânicas resultantes de estratégias articuladas e aplicadas para ampliar engajamento e alcance; b) ou por impulsionamentos pagos. Sem estes, a circulação digital na plataforma possui poucas chances de se fazer efetiva.

Valente e Pita (2018) destacam na pesquisa *Monopólios Digitais* que, no Brasil, das cinquenta páginas com maiores métricas de seguidores, trinta e duas são referentes a canais de circulação de conteúdo. Destas, 40% são perfis pessoais de artistas, 21% são de sites – 9% de jornalismo, 6,2% de entretenimento e 5,8% de assuntos outros – 12,5% de programas de TV, 9% de plataformas de circulação de conteúdos, 9% são de canais de TV e 6,2% são de redes de TV aberta.

É nesta ambiência que, em 2016, a construção de páginas no Facebook se dava como principal plataforma de comunicação em espaço digital para movimentos sociais no Brasil. Apesar da funcionalidade não compor um artifício apenas dos grandes conglomerados de comunicação e ser largamente utilizado por agrupamentos da sociedade civil, avaliamos, que não conjugam instrumentos de difusão

de informação para muitas pessoas e tampouco espaços alternativos de comunicação. Afinal, como destacam Valente e Pita (2018, p. 166), estamos diante de um contexto que demanda pesar, “em primeiro lugar, o domínio de referências culturais (como artistas, canais e programas), reforçando atores já de destaque na indústria cultural. [...] Em segundo lugar, a derrubada significativa do alcance das publicações” que fragiliza a constituição de outras referências sociais e as performances digitais promovidas por sujeitos em enfrentamento.

Apesar de um cenário desafiador, não é preciso inventar a roda para produzir brechas e alcançar boas métricas de visibilidade para disputa da imagem pública. Na verdade, temos, no exercício moderado de postagens sobre os atos que alteram o cotidiano, da novidade e da urgência das notícias um conjunto de chaves para romper bolhas e alcançar maior engajamento dos usuários na circulação do conteúdo. Foi na assunção do lugar de sujeito que narra o imediato, amparado em estatutos visuais – sobretudo fotográficos – que conferimos credibilidade e circulação nas publicações que tiveram maior circulação no caso analisado.

O que provoca engajamento e ativa redes sociais nas plataformas digitais é, por fim, a produção do fato político. Foi apenas nos casos em que este esteve notoriamente evidente – como nas poucas publicações sobre a tomada de ocupação de prédios públicos ou no enfileiramento de cadeiras na Avenida da Universidade para barrar a PEC 55/2016 – que as páginas conseguiram cumprir a intencionalidade de agendar as ocupações sob perspectiva estudantil para um número maior de pessoas – em comparação com o número comum que nutriam.

Não é por acaso, ao fim, que temos as páginas analisadas como potenciais espaços memorialísticos – ainda sob questionamentos, dado o caráter privado das plataformas de arquivamento – mas não essencialmente como mecanismos funcionais para disputa de narrativas. Considerando os dados aqui expostos, observamos que @greveestudantilUFC se insere no rol das disputas de narrativas para um conjunto mediano de pessoas, na medida em que @ocupartes, @

ocupaufca e @ocupaurca2016 conseguem alcançar um conjunto restrito e pequeno de pessoas; enquanto @ocupaifce e @ocupaunilab pouco dialogam e estabelecem vínculos de engajamento.

Ponderar sobre este panorama reforça a avaliação de que as plataformas digitais de redes sociais não devem ser idealizadas. Como vimos neste estudo, interações, engajamentos e construção de redes não são dados certos em ambiências digitais. Ao contrapor as intencionalidades estudantis e as métricas resultantes do uso das páginas de Facebook, é notório – entre pesquisadores e moderadores das páginas aqui discutidas – a fetichização da falsa ideia onde estar conectado é abrir diálogo constante com o mundo, é falar para muitos e sem fronteiras.

Neste rumo, nos deparamos com uma crença nutrida pelos movimentos sociais neste período em que a importância das pautas políticas é suficiente em detrimento das estruturas e das dinâmicas sociotécnicas que operam as plataformas, que modulam a performance digital e a circulação de conteúdo. Como vimos, não é. Nos convoca, assim, a mirar com centralidade as dimensões possíveis nestes espaços de natureza privada e que possuem regras previamente definidas que, apesar de ocultadas aos usuários, definem jogos de poder e de visibilidade.

Temos, nas experiências discutidas, um apontamento crítico se ponderado sob o enquadramento de prioridade do Facebook como locus para disputa de narrativas. O uso de plataformas digitais sem planejamento estratégico, sem ativação de redes sociais e ausente da constituição de um panorama interventivo para contrapor ideias – características percebidas nos casos evidenciados – não se constituem em ferramenta expressiva para práticas contra-hegemônicas e resulta em baixas métricas de alcance e de engajamento. Ponderamos isto não apenas pelo que faltou em termos de produção, mas pelas próprias características da plataforma que nos fazem caracterizar que se constituem como ferramentas possíveis, não como resoluções de conflitos que perduram por centenas de anos em face a um sistema

antidemocrático no manejo das políticas de comunicação. Afinal, o exercício de poderes e a concentração dos meios em processos comunicativos se tratam de questões que são maiores e anteriores.

A relação idealista aliada ao pouco tato para manejo da ferramenta ocasiona, como expressão pública deste processo, a prática de overposting e a saturação de conteúdos. Sob o arranjo onde postar é se inserir na nova arena pública, o uso popular da plataforma alia-se a disposição desenfreada e desprogramada de conteúdo que, por sua vez, não alcança a finalidade de dialogar sobre o assunto com muitas pessoas – não porque o conteúdo não seja de interesse do outro, ainda que para discordar; mas porque a estrutura da plataforma limita a circulação.

É justo ressaltar que existe um reforço teórico e acadêmico, embalado em escritos de Castells (2001), que estrutura o senso comum onde criar páginas de Facebook, em instantâneo, é uma forma automática para se inserir na disputa de narrativas e nas trincheiras das guerras culturais, como observamos ao refletir sobre a falta de critérios para escolha deste espaço por ocupantes nas universidades cearenses.

As experiências bem sucedidas no início da década, no que diz respeito ao agendamento social e que resultaram em alta convulsão social nas ruas, não podem ser tomadas como uma constante para justificar a adoção do Facebook para esta finalidade. Avaliações sobre Occupy Wall Street, Primavera Árabe e manifestações de junho de 2013 no Brasil, quando se aplicam como resultantes isoladas das plataformas, tendem à falha na análise porque as redes mobilizadas nas plataformas, nesses casos, são reflexos das ruas e não atuam em separado. São componentes da mesma realidade e, por sua vez, não dá para desprezar a conjunção conjuntural dos elementos e faz sentido alocar o papel das plataformas como parte integrante do cenário e não como resposta única.

Quanto ao aspecto de chamamento para ação pública – para além dos isolados casos citados – percebemos, de lá para cá, que muitas

alterações foram realizadas na arquitetura de gestão dos dados para coibir esta possibilidade. Por isto, a defesa de uma suposição democrática nas plataformas é uma via turva dado que transformações sociais não dependem exclusivamente do universo digital – que, por sua vez, não se propõem e nem se orientam a este fim.

Queremos, com isso, dizer que postar não garante uma boa performance de circulação do conteúdo e que as ditas ‘brechas midiáticas’ que amparam expectativas de circulação de muitos produtores de conteúdo contra-hegemônico frente à possibilidade idealizada de difusão de ideias para muitos não é uma ação de resultado certo e imediato em plataformas digitais. Não é, entretanto, impossível. A possibilidade de furar a bolha e de obter engajamentos carece de esforços táticos, tecnológicos e, sobretudo, narrativos a serem explorados considerando as complexas estruturas que edificam as plataformas e que orientam as relações ali possíveis. Trata-se de conhecer e de valorar as possibilidades reais do terreno para erguer planos e estratégias que otimizem os esforços em resultados.

Referências

- Benjamin, Walter. (1994). *Magia e Técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Brasiliense,
- Bruno, F. (2008). Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital. *Revista FAMECOS*, 36 (1). doi.org/10.15448/1980-3729.2008.36.4410
- Bruno, F. Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas. (2006). *Revista Fronteiras Estudos Midiáticos*, 7 (2). revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6129
- Castells, M. (2012). *Redes de Indignación e Esperanza*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2001). *A sociedade em rede*. Paz e Terra.
- Datsenado. (2009) *Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados na Internet*. Senado Federal e Câmara dos Deputados.
- Gohn, M. (2017). *Manifestações e Protestos no Brasil: Correntes e contracorrentes na atualidade*. Cortez Editora.
- Marcuse, H. (1999). *A grande recusa, hoje*. Vozes.

- Macêdo Jr, D.. (2020). *Das ruas às redes: disputa de narrativas e de memória em tempos de mediação algorítmica sobre as ocupações universitárias de 2016 no Ceará*. 2020. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – Instituto de Cultura e Artes, Universidade Federal do Ceará.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the internet is hiding from you*. The Penguin Press.
- Recuero, R; Bastos, M; Zago, G. (2015). *Análise de redes para mídia social*. Sulina.
- Silva, A. (2006) Do ciber ao híbrido: tecnologias móveis como interfaces de espaços híbridos. IN: Araújo, D. (org). *Imagem (ir)realidade: comunicação e cibermídia*. Sulina.
- Taylor, D. (2013). *O arquivo e o repertório: performance e memória cultural nas Américas.*: Editora UFMG.
- Taylor, D. (2007). Entrevista com W. B. Worthen. *O que são os estudos da performance?* Acesso em 12 jul 2021. Disponível em: <scalar.usc.edu/nehvectors/wips/w-b-worthen-portuguese>
- Valente, J; Pita, M. (2018). *Monopólios digitais: concentração e diversidade na Internet*. Intervezes.
- Willians, R. (1979). *Marxismo e literatura*. Zahar.
- Zuboff, S. (2018). Big Other: Capitalismo de Vigilância e perspectivas para uma civilização da informação. In Bruno, F. et al. (Eds.) *Tecnopolíticas da Vigilância*. Boitempo.