



**41º ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE
PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM CIÊNCIAS SOCIAIS (ANPOCS)**

GT05 Comportamento, opinião pública e cultura política

DEBATE ELEITORAL EM DEMOCRACIAS MONITORADAS:

Uma proposta de tipologia para análise de comentários em redes sociais online

Emerson Urizzi Cervi
Universidade Federal do Paraná – UFPR

Fernanda Cavassana de Carvalho
Universidade Federal do Paraná – UFPR
Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR

Caxambu

2017



DEBATE ELEITORAL EM DEMOCRACIAS MONITORADAS: Uma proposta de tipologia para análise de comentários em redes sociais online

Emerson Urizzi Cervi¹
Fernanda Cavassana de Carvalho²

RESUMO

A partir de uma discussão teórica sobre “democracia monitorada” (Keane, 2010) e o comportamento do “cidadão monitorial” (Schudson, 1998), o trabalho discorre sobre como a abundância comunicativa potencializada pelos espaços *online* afeta a organização do debate público contemporâneo, especialmente com a atuação de monitores políticos e sociais independentes em debates para formação da Opinião Pública. O *paper* apresenta o conceito de monitores sociais independentes e em seguida discute, especificamente, como esses novos agentes geram novos fluxos de comunicação, consequentemente, produzindo ruídos no debate público em ambientes digitais, o que acaba enfraquecendo-o. Como objeto empírico, analisa-se de forma exploratória o comportamento do debate *online* sobre as eleições de 2014 no Brasil, por meio de mais de 610 mil comentários feitos aos *posts* sobre as eleições presidenciais nas *fanpages* dos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo, durante a campanha no Facebook. A questão principal é: os comentaristas dos três jornais apresentam comportamentos similares ou distintos? Propõe-se uma tipologia consistente para a classificação do comportamento dos comentaristas e verifica-se diferenças significativas entre os três tipos considerados (temático, monitor e ruído) e os três jornais. Entre os resultados obtidos, tem-se que o volume de ruído no debate eleitoral digital é muito superior aos comentários temáticos.

Palavras-chave: Democracia monitorada; conversação digital; Eleições 2014; Ruído; Monitores.

1. INTRODUÇÃO

O mais recente capítulo nos estudos sobre Opinião Pública diz respeito à relação dela com e nas redes sociais *online* (RSO). Considera-se que as novas tecnologias não só permitiram o maior acesso a informações e a discussões sobre temas públicos, mas também fizeram da Internet uma ampliação enviesada da esfera pública enquanto espaço de ressonância da demanda social aos seus representantes (Schäfer, 2015). Contudo, as novas características da comunicação no ciberespaço podem levar a resultados inesperados. Isso porque os atuais fluxos de comunicação e expressão de opinião *online* não necessariamente conduzem o debate público a um consenso (Grossi, 2011). Além

¹ Professor associado do Departamento de Ciência Política e professor permanente dos programas de pós-graduação em Ciência Política e em Comunicação da UFPR. Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP/UFPR). E-mail: ecervi7@gmail.com.

² Doutoranda em Ciência Política e mestra em Comunicação pela UFPR. Professora substituta na UTFPR. Pesquisadora do CPOP/UFPR. E-mail: cavasanaf@gmail.com.



disso, diversos grupos se mobilizam e se manifestam *online*, apresentando muitas demandas específicas, que dificilmente resultam em ações concretas (Sorj, 2015).

Essa era de excessos comunicativos evidencia despontamentos, contradições e instabilidade política refletidos no debate público (Keane, 2010). Os excessos não são apenas em termos quantitativos, mas também no tipo de participação, quando não relacionada diretamente ao assunto do debate. Ademais, isso potencializa uma crise de representatividade – evidenciada nas sociedades desenvolvidas e compreendida como um potencial perigo às democracias (Held, 1996) – que não se restringe às instituições e aos atores políticos. Instituições sociais relevantes ao fortalecimento de democracias representativas, como a mídia (Schudson, 2008), também passam a ser questionadas pela própria sociedade.

Este *paper* discute como a abundância comunicativa potencializada pelos espaços *online* afeta a organização do debate público contemporâneo, e, por consequência, a Opinião Pública, especialmente pela atuação de monitores políticos e sociais independentes. Tendo como principal aporte o conceito de democracia monitorada de Keane (2010), apresenta-se uma discussão teórica que abrange questões acerca do debate público, os seus principais agentes e os fluxos de comunicação entre eles. Empiricamente, são descritos comportamentos do debate *online* sobre as eleições de 2014 no Brasil, que indicam o tipo de participação que monitores acabam apresentando, atualmente, nos espaços digitais. Essa participação, em excesso, também gera ruídos no debate construído nesses ambientes.

Compreende-se como ruído qualquer interferência no processo de transmissão da informação que pode prejudicar a decodificação da mensagem (Shannon e Weaver, 1949)³. Aqui, contudo, o ruído não é determinado pelo aparato tecnológico, como uma falha técnica do canal ou ambiente onde se dá a comunicação. É justamente o comportamento do indivíduo que integra esse processo comunicativo que gera ruído nesses espaços, uma vez que, ao aumentar o fluxo de informações em direção aos demais atores do processo, impede que haja uma comunicação eficaz. Assim, num processo mais

³ A compreensão sobre o ruído para a comunicação aparece, pela primeira vez, em Shannon e Weaver (1949) ao publicarem “A teoria matemática da comunicação”, reduzindo o processo comunicacional à transmissão da mensagem de um emissor a um receptor por meio de um canal. Para os autores, o ruído é uma variável causal, que gera efeitos e altera a comunicação. Unidirecional, essa abordagem foi superada pelo desenvolvimento e consolidação de outras teorias que abordaram o processo de comunicação de maneiras mais complexas, considerando outras variáveis e comportamentos dos atores envolvidos.



amplo, como o debate digital, o ruído é aquela manifestação que prejudica a comunicação entre os atores envolvidos.

A partir dessa discussão teórica, nosso objetivo geral é caracterizar o comportamento dos monitores independentes via comentários em páginas que alimentam o debate público por meio das RSO. Como objetivos específicos, propomos: i) apresentar uma tipologia que classifique os comentários a partir do comportamento do público no debate digital; ii) comparar os tipos de comentários por jornal e por menção aos candidatos; iii) averiguar quais as implicações da variável tempo no comportamento dos três tipos considerados. Com isso, pretendemos responder a como se comportaram os comentadores de cada portal no período eleitoral de 2014?

O *paper* segue dividido em três principais partes. O tópico a seguir discorre sobre o conceito de democracia monitorada (Keane, 2010) e sobre como os próprios indivíduos comportam-se como monitores individuais e independentes (Schudson, 1998). A seção teórica também disserta sobre a definição de ruído adotada aqui, considerando as características do debate pertinentes ao nosso objeto empírico, uma vez que o debate analisado se dá via comentários a *posts* jornalísticos sobre eleições no Facebook. O tópico seguinte descreve os procedimentos metodológicos e desenvolve a análise exploratória dos dados, em três etapas. Na primeira, apresentamos uma tipologia para classificar os comentários e testamos a consistência interna dos tipos. Na segunda, exploramos a relação entre a tipologia dos comentários por *fanpage* e presença ou não dos dois candidatos que foram ao segundo turno (Dilma Rousseff – PT e Aécio Neves – PSDB) nos comentários. A terceira trata da exploração dos dados utilizando técnicas específicas de séries temporais. Ao final, apresentamos nossas conclusões a partir dos resultados obtidos.

2. MONITORES DEMOCRÁTICOS INDEPENDENTES E RUÍDOS DIGITAIS

Embora não pretendamos relacionar as conversações em redes sociais com opinião pública diretamente, vamos utilizar conceitos dessa última para localizar os novos componentes do debate e das conversações em democracias de massa a partir de RSO. Considera-se que a opinião pública é um processo social complexo, composto, principalmente, por duas dimensões: a participação no debate público e o acesso a informações públicas (Grossi, 2007). Em democracias representativas consolidadas, o



debate público comporta três principais agentes – o Estado; a mídia⁴ e a sociedade civil – e tem local delimitado entre as fronteiras do Estado e da Sociedade. Nesse contexto de debate, o fluxo de comunicação é verticalizado e com direções pré-definidas (Keane, 2010). Tradicionalmente, Sociedade e Estado apresentam seus conteúdos institucionalmente, via organizações sociais de um lado e instituições estatais de outro. Além dessa relação direta, há um conjunto de instituições sociais especializadas em organizar, produzir e difundir conteúdos para o debate entre Estado e Sociedade, a Mídia (Cervi, 2010). Assim, os meios de comunicação intermediam o debate e dão visibilidade a determinados temas e enquadramentos (Fuks, 2000), constituindo-se como espaço hegemônico de publicização das demandas sociais e das ações políticas (Rubim, 2001).

Ao expor o desgaste da representatividade tradicional no debate público, Keane (2010) propõe o conceito de democracia monitorada, um novo tipo de democracia que passa a ser caracterizado por amplo controle político não institucionalizado, diluído e horizontal. Nessa nova conjuntura, expandem-se as formas e os espaços de controle e cobranças sobre a prática política, desorganizando a estrutura de Estado que se encontrava fortalecida nas democracias representativas, e, por isso, transcendendo os limites do próprio Estado.

Segundo Keane (2010), a novidade é o surgimento dos monitores sociais, que pertencem à sociedade, mas não estão integrados às organizações tradicionais, nem à mídia. A compreensão desse novo tipo de democracia está estritamente ligada ao crescimento de sociedades saturadas por múltiplos meios de informação (Feenstra, 2012). É a configuração de uma nova galáxia midiática, especialmente potencializada pela Internet, que dá suporte para a atuação do controle da política por parte desses monitores (Keane, 2010). Este *paper* trata de um aspecto da democracia monitorada, que é o de possíveis efeitos negativos da horizontalização e diluição de controles políticos para o debate eleitoral. Não é nosso objetivo aprofundar a discussão do conceito ou aplicá-lo em geral ao caso do debate público contemporâneo brasileiro.

Podemos definir a ação de monitorar como o processo de fiscalizar sistematicamente o conteúdo ou a qualidade de algo (Keane, 2010). Schudson (1998) aplica o conceito de monitoramento ao comportamento do indivíduo para definir um atual nível de cidadania do cidadão norte-americano, este denominado pelo autor como

⁴ Aqui compreendida como o conjunto de veículos de comunicação de massa de uma sociedade, o que inclui jornalismo e entretenimento, de diferentes formatos.



“cidadão monitorial”. Contudo, para Schudson (1998), um modelo ideal de cidadania democrática deveria contemplar indivíduos interessados e informados sobre o sistema político, não, necessariamente, apenas monitores do mesmo.

Em um estudo empírico que avaliou o nível de monitoramento de cidadãos em países nórdicos, Hooghe e Dejaeghere (2007) elencaram quatro características intrínsecas a um comportamento monitorial do tipo ideal. Para os autores, o cidadão monitorial descrito por Schudson deve ter algum interesse político, esperar eficácia das instituições políticas; estar em atividade de monitoramento e não depender de instituições para entrar em contato de cobrança. Os pesquisadores transformaram tais atributos em categorias para analisar o quanto os indivíduos se aproximariam e se afastariam desse modelo ideal.

É importante destacar que, para Schudson (1998), o cidadão monitorial não é passivo, mas tende a agir nos momentos em que acha ser ideal e necessário para isso. A ação de monitorar nesta perspectiva pode ser definida como estar próximo e atento às instituições, para chamar a atenção das mesmas. O comportamento monitor do cidadão é marcado, assim, pela atuação de vigilância no ambiente em que ele e as instituições estão inseridos, não necessariamente coletando informações para obter conhecimento sobre os fatos e instituições que acompanha (Schudson, 1998).

Nesta fase da democracia, monitorada, o jornalismo perde a função – antes exclusiva a ele – de orientar e mediar o debate e o comportamento públicos, uma vez que as informações chegam aos cidadãos de outras formas e não precisam ser aprofundadas, investigadas. Dentro deste cenário, Zaller (2003) propõe um novo modelo de produção de notícias próximo a esse comportamento para indicar como o próprio jornalismo poderia agir muito mais na lógica de monitoramento: não necessariamente na produção de conhecimento, mas produzindo apenas alarmes à sociedade. Nesta nova proposta, o padrão de noticiário deveria ser mais superficial, acionando o cidadão a agir politicamente pela sociedade ao invés de fornecer informações completas sobre as histórias pertinentes ao interesse público, como se dedicou a fazer ao longo do século XX. Contudo, ao assumir essa abordagem, o jornalismo deixa de defender seu próprio papel social, enquanto instituição organizadora do debate público, e passa a incentivar o comportamento independente dos cidadãos e a desorganização do Estado.

Independentemente da forma como o jornalismo ainda atua ou padroniza seus produtos, prestando-se a informar ou apenas alarmar, cada vez mais as pessoas se



informam simultaneamente sobre muitas coisas e de maneira superficial. Hoje, há um novo padrão de consumo de informações pela Internet e de uso das RSO para a função de buscar informações, inclusive políticas. Isso é consequência de uma série de fatores, que incluem as mudanças tecnológicas, a ubiquidade da comunicação *online*, a abundância comunicativa irrestrita, mas também do comportamento do próprio indivíduo. Este, desinteressado de informações e em debates qualificados sobre temas públicos, busca a instantaneidade e a superficialidade da informação, bem como aquele conteúdo que tende a reforçar sua opinião e sua visão de mundo. Nota-se, assim, que a postura do cidadão monitorial é pertinente ao comportamento dos indivíduos na esfera digital. Em ambientes *online*, esses monitores realizam uma varredura pelas informações e não necessariamente se aprofundam sobre elas, manifestando-se individualmente quando acharem necessário (Van Den Hoven, 2005).

Hooghe e Dejaeghere (2007) indicam que essa individualização é uma característica do indivíduo pós-moderno, comportamento intrínseco à população mais jovem. Para os autores, as novas gerações não estão, necessariamente, mais desinteressadas pela política, tampouco não buscam participar do debate público, contudo, hoje, procuram formas e experiências não institucionalizadas e independentes para isso⁵. Nesse sentido, o monitor é um “vigilante” que se manifesta em relação a determinados temas de forma individual, sem a intermediação de instituições.

Para Keane (2010), esse comportamento passou a reconfigurar a democracia quando as pessoas desenvolveram o hábito de cobrar e julgar suas instituições e representantes por meio do monitoramento. A análise empírica de Hooghe e Dejaeghere (2007) reforça isso ao mostrar que os questionamentos e as cobranças do cidadão monitorial direcionam-se ao sistema político e às suas instituições, não à sociedade em si e aos concidadãos. Esse comportamento acaba ampliando, portanto, o distanciamento entre a população e as instituições políticas.

Pode-se afirmar que a principal diferença da caracterização do comportamento do cidadão monitorial para a democracia monitorada de Keane (2010) está na percepção otimista de Schudson (1998) de que a forma individualizada de participação, via monitoramento, não gera desgastes no relacionamento entre representantes e

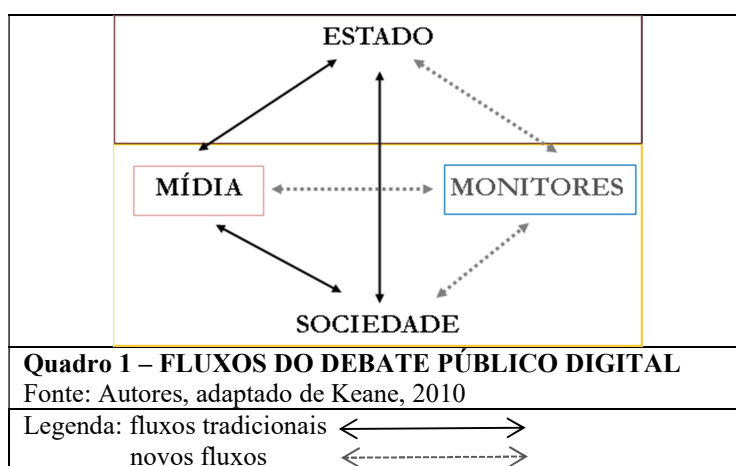
⁵ Todavia, cabe ressaltar que, a partir de seus dados, os autores afirmam que os cidadãos pós-modernos – ainda que jovens, individualizados e com alta escolaridade – que se caracterizam como ativos e participativos politicamente na Escandinávia, são os vinculados a partidos e sindicatos. Comportamento diferente, pois, da América e da Europa Ocidental (Hooghe; Dejaeghere, 2007).



representados. Keane (2010), por sua vez, explora o enfraquecimento dessa relação. Para o autor, ainda que as instituições representativas funcionem, elas têm que lidar com diversos outros agentes que se relacionam, incluindo um maior e intenso fluxo de comunicação e monitoramento entre as diferentes esferas. Assim, em Keane (2010), o excesso de monitoramento democrático não altera somente o comportamento da sociedade e desses novos monitores, mas das próprias instituições democráticas – como, por exemplo, os partidos, o parlamento e a imprensa – que, monitorados, passam a desempenhar suas funções sociais sob alerta constante.

O uso de novas tecnologias para a disponibilização de informações do Estado poderia contribuir com a qualidade desse debate se os meios de comunicação e os monitores atuassem juntos, organizando o fluxo de informações entre o campo político e a sociedade civil (Schudson, 2010), o que não necessariamente acontece. Esses monitores são independentes e muitas vezes indivíduos que participam de forma isolada para cobrar ações das instituições sobre demandas muito particulares.

A discussão atual considera que a participação dos monitores sociais tem potencial para dificultar o andamento do debate, seja pela independência na forma e conteúdo da participação, seja no volume extra de *inputs* para o debate público. Assim, a presença de monitores sociais no debate público cria uma tensão no modelo tradicional e inclui um volume de conteúdos que são chamados de “ruídos”, pois não se aplicam à discussão institucional, mas às críticas diretas às organizações sociais, mídia ou instituições estatais. Este “ruído” é o que pretendemos definir empiricamente e analisar aqui. O quadro a seguir apresenta uma adaptação das categorias apresentadas por Keane (2010) para o debate público.





Ressalta-se que os monitores sociais são muitos e plurais. Ou seja, os ruídos discutidos aqui não se dão de forma única no debate. São múltiplos ruídos que surgem para que o Estado e a mídia tentem dar conta de responder a diversos grupos e demandas muito particulares. Além disso, a capacidade de produção de informações dos meios de comunicação, antes concentrada apenas em direção ao Estado e à sociedade, acaba multifacetada. O que também atinge a responsabilidade comunicativa do Estado, que até então só dialogava com os meios de comunicação e com organizações da sociedade civil. Nessa perspectiva, a ação dos monitores que produzem ruído, ao invés de fortalecer a comunicação entre os envolvidos, acaba enfraquecendo o debate público e, por sua vez, pode levar a um enfraquecimento da própria democracia.

Para a análise empírica desenvolvida a seguir, basta substituir o termo “Estado” no quadro 1 por “campanha”. Assim, teríamos que os monitores entram em contato com organizações sociais, com a mídia e com as campanhas diretamente. Se o conteúdo do contato diz respeito ao objeto “campanha”, estamos nos referindo a monitores sociais. Porém, se o conteúdo diz respeito às organizações sociais, à mídia ou a qualquer outro tema que não a campanha eleitoral, ele passa de monitor para ruído. Em nosso trabalho, a mídia é representada pelos jornais brasileiros de referência: Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo.

Na compreensão de Schudson (2008), o jornalismo é uma instituição social importante para as democracias e deve colaborar com o monitoramento do sistema político. Contudo, como já considerado, cada vez mais é difícil creditar à imprensa a responsabilidade de direcionar o debate público, bem como a exclusividade de alimentá-lo. Nessa era de abundância comunicativa, não há controle sobre a produção de conteúdos. Isso tudo é potencializado com as redes sociais, nas quais as organizações se fazem cada vez mais presentes, como forma de relacionamento com o público e na tentativa de não perder seu espaço no mercado.

Considerando que os jornais possuem páginas no Facebook para informar seus seguidores sobre temas públicos, o espaço destinado aos comentários nessas publicações torna-se mais um dos ambientes digitais destinados ao debate público. Assim, aqui, o comentário monitor nos *posts* jornalísticos no Facebook é aquele que descobre o espaço que poderia ser destinado exclusivamente ao debate sobre o tema da publicação – a



campanha eleitoral no nosso caso – como uma oportunidade para cobrar e questionar as instituições. Essas manifestações individuais e em excesso aumentam de forma desorganizada os fluxos no processo de comunicação, saturando o mesmo e gerando ruídos. Ressalta-se que a intensidade desses comentários pode dificultar não só o debate entre participantes sobre o tema pautado pelo *post* como também a própria relação entre a instituição e a população. Os cidadãos acabam destinando o espaço que poderia aproximá-los de suas instituições apenas para exercer a função de monitoramento e acabam, com isso, enfraquecendo as relações de representação.

Deve se considerar que as manifestações estudadas aqui se dão dentro do debate digital, condicionado a diversas características específicas, tanto as próprias das RSO, quanto as do comportamento do público, que tem se assumido como mais polarizado e intransigente. Em ambientes virtuais, pode se esperar que redes sociais como o Facebook tendem a suprimir o medo de expor a opinião individual perante o debate e às opiniões dominantes – o que pode ser esperado socialmente no debate público segundo a teoria espiral do silêncio (Noelle-Neumann, 1995). O Facebook já é caracterizado como um dispositivo que privilegia a radicalização entre internautas e a proliferação ideológica polarizada na rede (Brugnago; Chaia, 2014). Isso porque ele já foi identificado, empiricamente, como um ambiente propício a um debate muito mais voltado à mobilização do que ao diálogo na Internet (Maia; Rezende, 2015) e caracterizado pela ausência de reciprocidade e justificativas externas (Mitozo; Massuchin; Carvalho, 2017).

É preciso dizer também que as publicações cujo espaço de comentários origina o debate analisado aqui são jornalísticas. Por mais que o cenário descrito até aqui seja marcado pela abundância comunicativa, cuja produção de conteúdo é descentralizada e horizontal, ressalta-se que o jornalismo também é compreendido enquanto instituição social (Schudson, 2010). Quando os comentadores estão monitorando as notícias jornalísticas no Facebook, estão também estão fazendo isso como forma de acompanhar e cobrar a atuação da imprensa na cobertura eleitoral.

Além disso, nosso recorte de debate público é temático, eleitoral. Isso importa porque quando se pensa em ruído no debate, também podemos considerar como ruídos aqueles comentários que discorrem sobre assuntos alheios ao tema do debate. Assim, além do próprio jornalismo, os partidos e os candidatos podem ser alvo de



monitoramento por parte dos cidadãos que acompanham a cobertura eleitoral via Facebook.

O período eleitoral também é relevante por registrar maior participação do cidadão no debate, pois há um aumento do interesse sobre a política nos momentos decisórios. E isso também é válido para as discussões *online*. Ainda que ambiente digital e inserido nesta lógica de abundância informativa, o cidadão tende a seguir determinadas ondas de interesse na Internet, o que inclui o período próximo às eleições (Aldé, 2011). A literatura já indica que há aumento de participação no debate via comentários *online* em publicações jornalísticas sobre eleições (Cervi, 2013); inclusive em RSO como o Facebook (Mitozo; Massuchin; Carvalho, 2017). As pesquisas empíricas também mostram que isso se intensifica ao longo do tempo, No caso do nosso objeto empírico, já foi mostrado que “os webleitores comentaram mais as eleições presidenciais de 2014 no Facebook, conforme a decisão se aproximava, especialmente no segundo turno da campanha” (Cervi; Carvalho; Buckstegge, 2015, p.74). Passaremos, no tópico a seguir, a verificar isso por diferentes comportamentos desses comentadores.

3. METODOLOGIA DE ANÁLISE EMPÍRICA

Neste *paper*, a aplicação empírica das consequências do modelo apresentado por Keane (2010) será feita no conjunto de comentários em postagens sobre a campanha presidencial de 2014 no Brasil, nas páginas de três jornais diários brasileiros (Folha de S.Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo) no Facebook. Escolhemos os jornais de referência que migraram para as redes digitais por eles serem exemplos de mídia tradicional em espaços digitais de debate público, como a rede social Facebook, onde há condições ideais para a atuação dos monitores sociais. Durante a campanha de 2014, a cobertura eleitoral e o debate por meio de comentários foram constantes e intensos nas três *fanpages* jornalísticas (Cervi, Carvalho & Buckstegge; 2015). Por meio da análise de conteúdo, classificamos manualmente todos os comentários, que citaram um dos três principais candidatos a presidente, feitos a *posts* que também os citavam⁶, delimitando assim o tema eleitoral da publicação na qual foi feito o comentário.

⁶ Os dados foram obtidos por meio do aplicativo Netvizz, disponível na plataforma Facebook (RIEDER, 2013). A coleta foi feita semanalmente durante o período eleitoral, de julho a outubro de 2014. A categorização foi coletiva no âmbito do Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP) da UFPR, com o aporte de um livro de códigos para as variáveis categóricas.



Uma das variáveis usada para medir o tipo de participação é o “destinatário” do comentário. São sete destinatários possíveis (candidato, tema, campanha, governo, portal, autor do post e internautas), além dos comentários que não têm destinatário explícito. Desses, os três primeiros indicam uma participação voltada para a finalidade direta do debate, que é eleitoral. Os outros quatro destinatários não estão diretamente relacionados à campanha, mas a aspectos secundários a ela. Esses destinatários e os comentários sem destinatário claro são considerados aqui “ruído” para o debate eleitoral.

A tabela 1, a seguir, mostra a distribuição total dos comentários. São apresentados os números de comentários para cada destinatário (N), o percentual total de comentários para os destinatários (%TOT), o percentual por tipo de participação, se é sobre as eleições ou sobre os próprios debatedores (%TIPOS) e a última coluna mostra o total de comentários e o percentual em relação ao total em cada um dos dois tipos de participação, se sobre o assunto ou se sobre os demais debatedores.

Tabela 1 – Comentários por tipo de destinatário agregado por tipo de participação

TIPO PARTICIP.	DESTINATÁRIO	N	%TOT	%TIPOS	SUBTOTAL
Sobre eleições	Ao candidato	143.424	23,48	62,66	231.397 (37,89%)
	Ao tema	71.861	11,76	30,55	
	À campanha	16.112	2,64	6,79	
Sobre debatedores	Ao governo	8.547	1,40	2,26	57.131 (9,36%)
	Ao portal	9.094	1,49	2,38	
	Ao autor	11.092	1,82	2,95	
	Aos internautas	28.398	4,65	7,50	
Ruído	Sem destinatário	322.128	52,75	100	322.128 (52,75%)
TOTAL					610.660 (100%)

Fonte: Autores

Ao todo, foram coletados mais de 610 mil comentários em publicações que citavam um dos candidatos a presidente nas páginas em Facebook dos três jornais analisados aqui. Desse total, 38% foram destinados ao assunto e quase 62% não tiveram como destinatário a campanha, um tema específico ou um candidato. Destaca-se, ainda, que maior parte dos comentários (52,57% do total) não teve destinatário claro, caracterizando-os como “ruído” para o debate eleitoral nessas páginas. Se considerarmos que os comentadores representam monitores sociais nas redes digitais, o tipo de participação identificada como predominante aqui dificulta o debate por produzir conteúdos que contribuem pouco ou nada para o assunto em questão – no caso estudado, as eleições nacionais.



Após identificar o volume de “ruído” no debate eleitoral, nossa análise exploratória se desenvolve em três etapas. Primeiro, propõe-se uma tipologia a esses comentários, considerando características particulares no debate eleitoral. Depois, os diferentes comportamentos no debate são comparados condicionados por jornal e por candidato mencionado. Por fim, exploram-se séries temporais para cada um dos tipos de comentários aqui considerados por meio de autorregressões.

3.1. Tipologia para o comportamento no debate sobre eleições no Facebook

Para analisarmos o comportamento dos comentadores nas *fanpages* dos jornais de referência durante o período eleitoral de 2014, propomos uma tipologia que seja capaz de distinguir pelo menos três grandes tipos de comentários. O comentário “temático” é aquele que se refere ao tema do *post*, no caso, à campanha eleitoral. O comentário “monitor” é o que aparece no meio do debate eleitoral, porém é dirigido não aos responsáveis pelas campanhas diretamente, mas às instituições intermediárias do debate. E o comentário “ruído” é o que não se dirige nem à campanha, nem às instituições intermediárias.

Como indicado anteriormente na tabela 1, o critério para estabelecimento da tipologia é o destinatário. A quem se destina o comentário foi usada para definir a qual categoria ele pertence. Se destinado ao candidato, ao tema ou à campanha, é comentário “temático”. Se destinado ao governo, ao portal, ao autor ou aos internautas é comentário “monitor”, pois está no espaço de discussão sobre campanha eleitoral, porém, destinando-se aos atores intermediários do debate. Se não tem destinatário, é considerado “ruído”, pois ele não está tentando conversar diretamente nem com os atores da campanha, nem com os intermediários, embora o conteúdo seja sobre a campanha eleitoral de 2014.

A tabela 2, a seguir, sumariza os percentuais de participação dos tipos de comentários por *fanpage* dos jornais analisados aqui. A tabela anterior já havia indicado que do total de comentários, 52,75% foi considerado “ruído” aqui. Ou seja, pouco mais da metade dos comentários feitos no âmbito da campanha eleitoral não se destinou a nenhum interlocutor, dificultando a sua participação em conversações. Em segundo lugar, está a categoria “temático”, com 37,89% do total de comentários e os restantes 9,35% foi de comentário “monitor”. O jornal Folha de S. Paulo (FSP) foi o que



apresentou maior número de interações no Facebook durante a campanha de 2014, representando 68,35% do total de comentários analisados. Depois vem O Estado de S. Paulo (OESP), com 18,36% dos comentários e O Globo (OGLO), com 13,27%.

Tabela 2 – Distribuição da tipologia de análise por *fanpage* de jornal

JORNAL	TIPOLOGIA			
	Temático (%)	Monitor (%)	Ruído (%)	Total (%)
FSP	157.344 (25,76)	37.388 (6,12)	222.696 (36,46)	417.428 (68,35)
OESP	52.223 (8,55)	12.721 (2,09)	47.193 (7,72)	112.137 (18,37)
OGLO	21.834 (3,57)	7.022 (1,14)	52.239 (8,55)	81.095 (13,27)
TOTAL	231.401 (37,89)	57.131 (9,36)	322.128 (52,75)	610.660 (100)

Fonte: Autores

Da distribuição percentual das tipologias, há uma concentração maior de percentuais de “ruído” na FSP, com 36,46% do total, contra 7,72% de OESP e 8,55% de OGLO. Nessa categoria, o OESP é o jornal que menos contribui para o total. Nas outras duas categorias as distribuições percentuais seguem aproximadamente a mesma do total, com FSP representando quatro vezes mais que OESP e quase cinco vezes mais que OGLO.

O próximo passo da análise é a verificação da consistência interna da tipologia para identificação se os tipos como apresentados acima se distinguem internamente, ou seja, em função das demais características dos próprios comentários. Para tanto, serão utilizadas quatro variáveis para testar se as diferenças de médias da tipologia variam de maneira independente ou se elas apresentam alguma dependência de variações. O esperado é que cada tipo de comentário apresente determinadas características que sejam distintas dos demais tipos. Além dos testes chi-quadrado para verificar independência de médias da tipologia em relação às outras variáveis, nós usamos também os valores dos resíduos padronizados para caracterizar cada uma das categorias da tipologia proposta aqui.

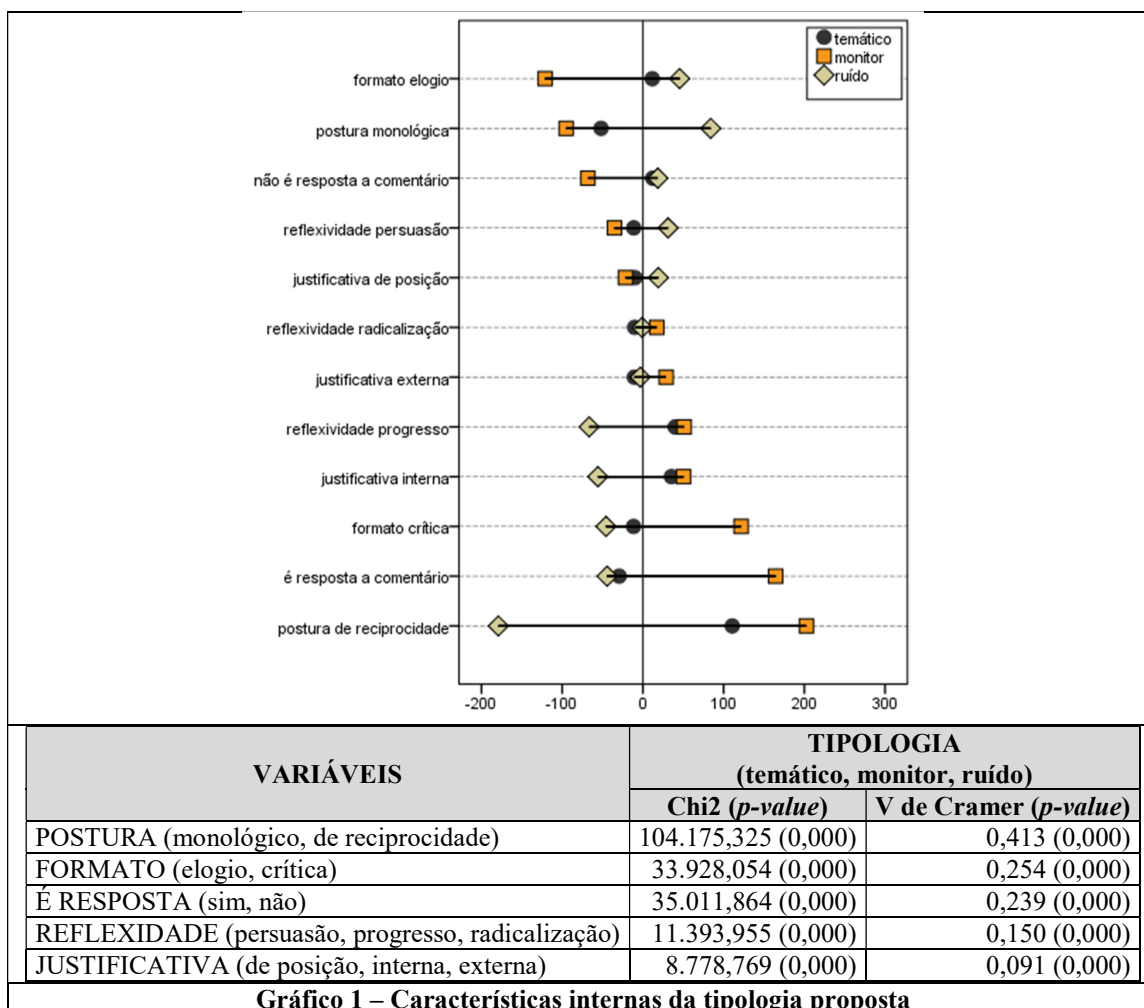
Conforme descrito nas linhas inferiores do gráfico 1 a seguir, a primeira variável testada é o formato do comentário, que pode ser elogio ou crítica a qualquer um dos participantes das conversações na *fanpage* (autor, portal, internautas, candidato ou governo). Outra variável testada é a posição adotada pelo comentador na conversa. Ela pode ser monológica, quando o comentário é elementar e não elabora nenhuma réplica



aos demais participantes, ou de reciprocidade, quando há demonstração explícita de que o comentador leu e está respondendo a outro comentário (Dahlberg, 2004). A terceira variável testada para verificar a consistência da tipologia diz respeito à postura do comentador, que pode ser monológica – quando não expressa intenção de diálogo no comentário – ou de reciprocidade – quando há explicitamente uma tentativa de diálogo com o autor do post ou outro comentador (Dahlberg, 2004).

Outras duas características dos comentários foram extraídas das propostas de análise de Jensen (2003). Trata-se da reflexividade e da justificativa do comentário. A reflexividade pode ser de três tipos: i) persuasão, quando há sinais claros de que um comentador foi persuadido por outro ou que está disposto a persuadir; ii) progresso, quando indica que o comentador leu um comentário anterior e apresenta novos argumentos ou informações; iii) radicalização, quando há reação negativa a uma postagem que questiona posição anterior de um comentador. Os casos que não se enquadram em nenhuma das categorias foram desconsiderados. A justificativa do comentário também pode ser de três tipos: i) de posição, quando apenas afirma uma posição ou argumento, sem justificá-lo; ii) interna, quando usa de testemunhos próprios ou próprio ponto de vista para defender seus argumentos; iii) externa, quando usa fontes externas de informações e dados públicos para defender sua própria posição (Jensen, 2003).

O gráfico 1 a seguir mostra os resultados dos testes de chi-quadrado para cada uma das variáveis descritas acima com a tipologia de comentários. Todas as diferenças de médias são estatisticamente significativas, com coeficientes altos, o que indica que as distribuições das categorias de cada uma das variáveis testadas não são independentes das variações da tipologia. O coeficiente V de Cramer indica quanto de associação existe entre cada par de variáveis. Como se percebe, as associações não são tão fortes quanto indicam os coeficientes de independência chi-quadrado. A mais forte associação com tipologia é com postura 41,3% de associação das variações. Em seguida vem formato, com 25,4% de associação, depois é resposta, com 23,9%, reflexividade com 15% e a mais baixa associação foi com justificativa (9,1%).



Fonte: Autores

Quanto às características internas de cada tipo a partir das categorias das cinco variáveis, os resíduos positivos indicam que para determinado tipo de comentário há mais presença da categoria. Assim, o gráfico 1 acima indica que:

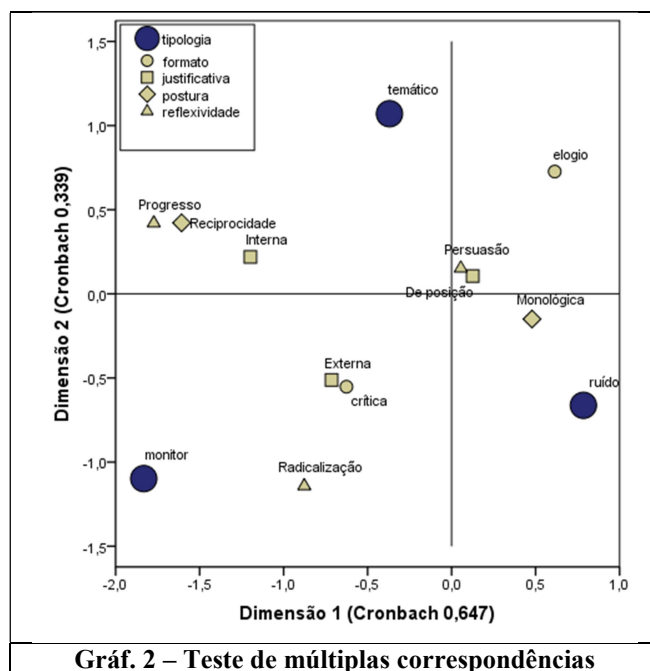
- Tipologia temática, principalmente apresenta formato de elogio, justificativa interna, reciprocidade e progresso como principal categoria de reflexividade. É um tipo de conversação típica, porém, usando próprias experiências quando se manifesta a respeito das eleições. Tende a não ser resposta direta a outro comentador.

- Tipologia monitor, formada principalmente por postura de reciprocidade, ser resposta a outro comentador, apresentar formato crítico, com justificativa interna e tendo progresso como reflexividade principal. Além dessas, também apresenta resíduos positivos para justificativa externa e radicalização. É um tipo com menos disponibilidade para conversação, mais crítico e com maior presença de informações externas ao próprio comentador.



- Tipologia ruído, tende a ser monológico, no formato de elogio, não é resposta a outro comentador, a reflexividade é de persuasão e a justificativa de posição. É o típico comentário que usa de sua própria posição para justificar um elogio, além de não possuir destinatário e justificativa a partir da própria posição. O ruído é uma forma de expressão sobre o tema eleitoral, mas com conteúdo limitado à própria visão de mundo de quem faz o comentário.

O gráfico 1 acima mostrou as associações bivariadas de cada variável com a tipologia proposta. A seguir é apresentado o resultado do teste de múltiplas correspondências para verificar quanto que as categorias da tipologia são discriminadas em relação às categorias das demais variáveis, quando umas estão sendo controladas pelos efeitos das outras. Isso é necessário para identificar se os efeitos de uma variável não estão neutralizando os de outra. Por não apresentar variação, a variável se é ou não resposta não foi inserida no modelo. O resultado é um coeficiente alfa de cronbach geral de 0,524, que é considerado razoável por se tratar de análise exploratória e não para a produção de um índice. Ou seja, aproximadamente 52,4% das variações conjuntas de todas as variáveis explicam as diferenças entre as três categorias da tipologia proposta aqui. Com esse resultado é possível seguir adiante com a utilização da tipologia proposta.





O resultado descrito no gráfico 2 mostra que a capacidade explicativa da dimensão 1 (eixo horizontal) é de 0,647, quase o dobro da explicação da dimensão 2, que está em 0,339. Por isso adotaremos a análise das proximidades pela dimensão 1. Percebe-se que cada categoria da tipologia fica em um quadrante. Ruído aproxima-se principalmente da postura monológica. Monitor está no mesmo quadrante de reflexividade por radicalização, formato crítica e justificativa externa. Já a categoria temática apresenta as maiores distância em relação às demais, embora esteja no mesmo quadrante de reflexividade tipo progresso, postura de reciprocidade e justificativa interna. Feitos os testes estatísticos de discriminação dos componentes internos da tipologia proposta, a partir daqui utilizamos os tipos de comentários para explorar os comportamentos por portal e pelo período da campanha.

3.2. Tipos de comentários por jornal e candidato mencionado

Feita a caracterização da tipologia e testada sua consistência interna, o próximo passo da análise é verificar como os tipos de comentários se distribuem entre os jornais quando os dois principais candidatos a presidente aparecem ou não nos comentários. Aqui, consideramos apenas os dois concorrentes que foram ao segundo turno: Dilma Rousseff – PT e Aécio Neves – PSDB e aplicamos a tipologia apenas aos comentários que citavam pelo menos um dos dois candidatos, em postagens dos três jornais analisados aqui, durante o período eleitoral. Isso para poder marcar que se trata do tema eleições nacionais.

A tabela 3 a seguir mostra as distribuições dos números de comentários e dos resíduos padronizados por jornal e considerando quando o candidato está ou não citado no comentário. A parte inferior da tabela mostra os totais de casos por jornal. Nela, estão destacados os valores dos resíduos padronizados por tipologia e por jornal. Esses valores depois são comparados com os encontrados quando o comentário cita um dos dois candidatos. Os testes de diferenças de médias indicam coeficientes de chi-quadrado muito acima do limite crítico de rejeição da hipótese nula, o que nos permite afirmar que as tipologias não variam de modo independente do jornal e da presença do candidato. No entanto, ressalta-se que o coeficiente de associação V de Cramer gira em torno de 10% para todas as categorias.



Os valores dos totais na parte inferior da tabela 3 a seguir mostram que o tipo “ruído” aparece predominantemente em OGLO, com resíduos padronizados de 45,7, enquanto OESP concentra maior participação de comentários do tipo “temático” (47,2 de resíduo) e “monitor” (21,8 de resíduo). O jornal FSP apresenta distribuição mais próxima da média apresentando resíduos muito baixos (cerca de zero) para as três categorias.

Tabela 3 – Comparações das tipologias por jornal e presença de candidato em 2014

			TIPOLOGIA			
			Temático	Monitor	Ruído	Total
NÃO CITA DILMA	FSP	N	75598	14979	111954	202531
		RPad.	-7,7	-7,3	9,3	
	OESP	N	26895	5550	25040	57485
		RPad	32,5	15,4	-33,4	
	OGLO	N	11680	2821	22932	37433
		RPad	-22,4	-2,2	19,8	
Total		N	114173	23350	159926	297449
Chi-quadrado 3.506,680 (p-value=0,000) V de Cramer 0,077						
CITA DILMA	FSP	N	81746	22409	110742	214897
		RPad	4,6	-5,0	-1,6	
	OESP	N	25328	7171	22153	54652
		RPad	34,1	16,6	-36,6	
	OGLO	N	10154	4201	29307	43662
		RPad	-48,4	-7,4	44,5	
Total		N	117228	33781	162202	313211
Chi-quadrado 7.203,779 (p-value=0,000) V de Cramer 0,107						

			TIPOLOGIA			
			Temático	Monitor	Ruído	Total
NÃO CITA AÉCIO	FSP	N	86610	21548	117487	225645
		RPad	-9,4	-2,4	9,3	
	OESP	N	34229	8224	26521	68974
		RPad	41,7	18,7	-45,1	
	OGLO	N	15133	3540	29868	48541
		RPad	-29,6	-17,1	33,6	
Total		N	135972	33312	173876	343160
Chi-quadrado 6.599,287 (p-value=0,000) V de Cramer 0,098						
CITA AÉCIO	FSP	N	70734	15840	105209	191783
		RPad	8,9	-9,5	-3,3	
	OESP	N	17994	4497	20672	43163
		RPad	20,9	10,5	-21,0	
	OGLO	N	6701	3482	22371	32554
		RPad	-45,6	10,8	32,2	
Total		N	95429	23819	148252	267500
Chi-quadrado 4.403,291 (p-value=0,000) V de Cramer 0,091						

			TIPOLOGIA			
			Temático	Monitor	Ruído	Total
TOTAL	FSP	N	157344	37388	222696	417428
		RPad	-2,1	-8,4	5,3	
	OESP	N	52223	12721	47193	112137
		RPad	47,2	21,8	-49,2	
	OGLO	N	21834	7022	52239	81095
		RPad	-50,7	-6,5	45,7	
Total		N	231401	57131	322128	610660
Chi-quadrado 9.933,624 (p-value=0,000) V de Cramer 0,090						

Fonte: Autores

Tendo comparado os tipos por jornais, passamos a verificar se isso se altera com a presença e com a ausência da citação de cada um dos candidatos no comentário. A análise se dá por meio da comparação dos resíduos para os candidatos, expostos na parte superior, com os resíduos dos tipos para cada jornal, aqueles da parte inferior da tabela 3. Se o resíduo fica abaixo do total, ele é marcado em vermelho, se acima, está em azul. Com isso, podemos identificar quando a presença do candidato no comentário aumenta ou diminui a possibilidade de encontrar determinada tipologia de comentário na *fanpage* de um dos jornais analisados aqui.

Quando comparamos os resíduos apresentados em comentários que citam os candidatos por jornal, na FSP há mais presença de comentários “temáticos” e menos de “ruído” quando são citados Dilma e Aécio. Em OESP, quando o comentário cita Aécio



há menos presença dos três comentários em relação ao total. No caso de Dilma, cresce a presença de “ruído” na *fanpage* do jornal quando a candidata à reeleição é citada no comentário. Já em OGLO não há diferenças significativas para os três tipos quando Dilma é citada no comentário, enquanto que para Aécio, diminuem as presenças de “temático” e “ruído” ao mesmo tempo em que aumenta a participação de “monitor”.

Quando não cita Dilma os comentários na *fanpage* da FSP tendem a ser mais “ruído” e na ausência de Aécio tendem a ser mais “monitor” e “ruído”. Em OESP, os comentários tendem a ser mais “ruído” quando não citam Dilma e mais “temático” quando não citam Aécio. Em OGLO, eles são mais “temáticos” e menos “ruído” sem Dilma e mais “temático” e menos as outras duas categorias se Aécio não é citado.

3.3. Comportamentos dos comentários ao longo do tempo

Os resultados analisados na tabela 3 mostram variações gerais em relação às categorias por jornal e candidato. No entanto, a literatura sobre conversações *online* e campanhas eleitorais indica a variação do tempo como fator importante para explicar mudanças no padrão das manifestações (Cervi; Carvalho; Buckstegge, 2015). Quanto mais tempo há de campanha, maior o acúmulo de novas informações e/ou maior disposição para manter posições já apresentadas nos diálogos anteriores. Por conta disso, a última etapa da análise exploratória realizada aqui utiliza técnicas de autorregressão temporal para identificar padrões de comportamento ao longo do tempo para os tipos de comentários no geral e por *fanpage* de jornal. Não utilizaremos nenhum regressor externo. Nosso objetivo é identificar se apenas a passagem do tempo (o decorrer da campanha) é suficiente para indicar alguma mudança no volume de comentários por tipo.

São apresentados dois coeficiente principais: o r^2 estacionário, que indica quanto há de estacionaridade em uma variável, ou seja, de não mudança dos valores ao longo do tempo; e o coeficiente *Ljung-box* acompanhado do *p-value*, que indica quanto de mudança da variável pode ser explicada pela passagem do tempo. Aqui, o coeficiente *Ljung-box* será usado para comparar os tamanhos das diferenças ao longo do tempo entre os jornais e em relação ao total, pois, por ser um coeficiente adimensional, ele pode ser usado para comparações diretas. A unidade temporal utilizada aqui é o dia da publicação do comentário. De 1º de julho a 31 de outubro de 2014, são 123 dias de postagens de



comentários. Foram agregados os comentários registrados por dia e as variações desses totais diários é que estão sendo testadas aqui.

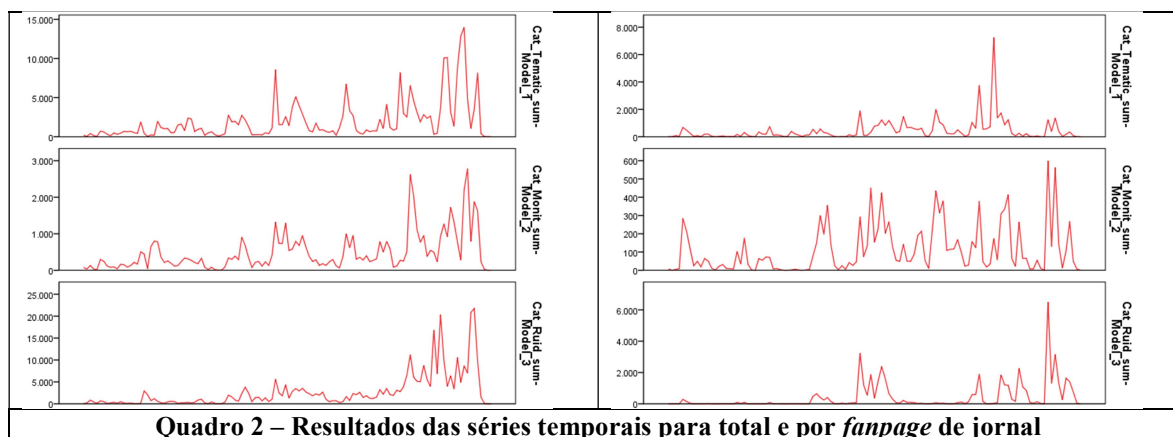
No primeiro quadrante do quadro 2, a seguir, estão os coeficientes para o conjunto de todos os comentários nos três jornais durante todos os 123 dias de campanha eleitoral analisados aqui. Os coeficientes mostram que há variações estatisticamente significativas ao longo do tempo para as categorias “temático” e “ruído”. Elas crescem no final do período em relação ao início. O r^2 estacionário deles é baixo e os coeficientes *Ljung-box* são mais altos. Já a categoria “monitor” não apresenta grandes variações ao longo do tempo, mantendo a presença diária nos comentários próxima de uma média em todo o período. Isso é indicado no maior coeficiente r^2 estacionário (0,380). A importância de também apresentar os resultados por *fanpage* de jornal no quadro 1 reside no fato de que eles mostram que as variações temporais significativas acontecem apenas em OGLO. Nos outros dois jornais, os coeficientes são baixos, indicando que a presença dos tipos de comentários não sofreu grandes alterações ao longo da campanha.

TOTAL				FSP			
TIPOLOGIA	R ² Estacionário	Ljung-box Q		TIPOLOGIA	R ² Estacionário	Ljung-box Q	
		Coef.	p-value			Coef.	p-value
Temático	0,068	66,727	0,000	Temático	0,600	7,180	0,893
Monitor	0,380	24,159	0,062	Monitor	0,331	27,807	0,047
Ruído	0,131	46,017	0,000	Ruído	0,383	21,693	0,116

OGLO

OESP

OGLO				OESP			
TIPOLOGIA	R ² Estacionário	Ljung-box Q		TIPOLOGIA	R ² Estacionário	Ljung-box Q	
		Coef.	Coef.			Coef.	p-value
Temático	0,071	67,216	0,000	Temático	0,212	17,061	0,382
Monitor	0,385	24,506	0,057	Monitor	0,122	23,732	0,127
Ruído	0,132	45,127	0,000	Ruído	0,347	21,531	0,203



Quadro 2 – Resultados das séries temporais para total e por *fanpage* de jornal

Fonte: Autores

Em OGLO, o maior crescimento temporal se dá em comentários temáticos (coef.= 67,216), seguido de ruído (coef.= 45,127). No caso dos comentários temáticos, o coeficiente em OGLO é maior que o total, inclusive. Já o tipo monitor fica com menor coeficiente e com *p-value* muito próximo do limite crítico. Em relação aos outros dois jornais, o OESP é o que apresenta as menores variações temporais. Na FSP, apenas o comentário monitor apresenta um coeficiente que indica crescimento ao longo do tempo. As outras duas categorias são mais estacionárias. Esses resultados mostram que, para os 123 dias de campanha, os comentadores das *fanpages* de FSP e OESP tenderam a manter o mesmo padrão geral de comportamento em seus comentários. Já em OGLO, há crescimento de temático e de ruído nos comentários ao final da campanha, quando comparado ao período inicial.

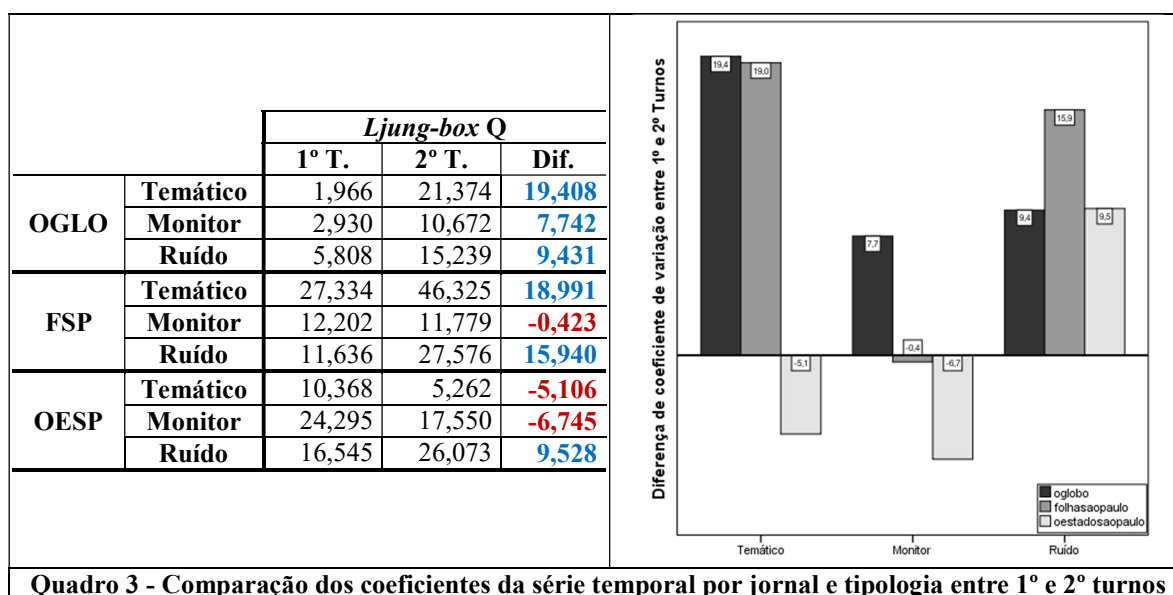
Uma informação adicional fornecida pelos gráficos que constam no quadro 2 é a maior variação diária nos números de comentários por categoria ao final do período em relação ao início. Essas variações parecem coincidir com a mudança de turno eleitoral. Por este motivo, acrescentamos uma comparação dos coeficientes *Ljung-box* por turno eleitoral, *fanpage* e tipo de comentário. O objetivo com este teste adicional é verificar se há crescimento significativo da presença de comentários por tipo e por jornal entre o primeiro e segundo turnos da eleição de 2014.

Como o quadro 3 a seguir indica, há grandes diferenças para quase todas as categorias e *fanpage*, o que mostra que considerar as manifestações em redes sociais durante campanhas eleitorais sem distinguir os turnos pode resultar em conclusões errôneas. Os dados discutidos aqui demonstram que em relação às manifestações nas *fanpages* desses três jornais, há dois comportamentos distintos dos comentadores, um



para o primeiro turno e outro para o segundo, com intensificação do último em relação ao primeiro, quase como se fossem duas campanhas distintas. No entanto, nem todas as diferenças foram no mesmo sentido, como esperado inicialmente. Houve também redução na presença de algumas categorias de comentários no segundo turno em relação ao primeiro.

O gráfico apresentado no quadro 3 mostra que apenas a categoria “ruído” apresenta crescimento de coeficiente *Ljung-box* do segundo turno em relação ao primeiro. Isso indica que, durante os quase 30 dias do segundo turno, a presença desse tipo de comentário aumentou mais do que o que foi registrado nos mais de 90 dias do primeiro turno. O mesmo aconteceu com os comentários temáticos para OGLO e FSP, enquanto que, em OESP, o volume de crescimento diário de comentários temáticos no segundo turno foi menor que no primeiro. Por outro lado, o tipo monitor foi o que apresentou as maiores variações entre jornais. Ele cresceu no segundo turno em relação ao primeiro em OGLO, ficou estável, com diferença de coeficiente muito próximo de zero, para FSP e apresentou queda em OESP.



Os coeficientes apresentados no quadro 3, por jornal e categoria de comentário, mostram comportamentos distintos dos comentadores das três *fanpages*. No caso de OGLO, as diferenças são positivas (indicadas em azul) para as três categorias, com maior destaque para o crescimento de comentários temáticos (diferença de 19,408). Em a FSP, há crescimento também elevado para Temático (diferença de 18,991) e Ruído (15,940 de



diferença). Já os comentários de tipo monitor têm diferença muito próxima a zero entre os dois turnos. No caso de OESP, há queda no crescimento de Temático e Monitor no segundo turno em relação ao primeiro e crescimento da presença de Ruído.

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONCLUSÕES

Em sociedades democráticas monitoradas e inseridas numa lógica de abundância comunicativa, nota-se cada vez mais a desorganização das relações entre instituições e cidadãos, entre representantes e representados. Neste trabalho exploratório de um caso, mostramos que o próprio debate, enquanto processo de formação da opinião, passa por transformações significativas e deixa de ser estruturado verticalmente. A configuração dada pelos fluxos de comunicação, a partir de ações isoladas de indivíduos, especialmente por meio da Internet (Grossi, 2011), permite o aumento de ruídos no processo comunicativo do debate. Tais considerações são ampliadas, ainda, dentro das redes digitais *online* (RSO), como mostramos a partir do debate sobre campanha.

Com este trabalho, propomos e testamos uma tipologia do comportamento do comentador no Facebook, que busca interagir e debater sobre temas políticos nas RSO, especialmente em espaços informativos, alimentados por instituições intermediárias do debate público tradicional. Neste caso, o recorte se dá para o caso específico do debate sobre as eleições presidenciais de 2014 a partir da cobertura da imprensa de referência nacional no Facebook. Nossa tipologia contempla três categorias de comportamento a partir do destinatário da mensagem e mostrou-se consistente para identificar se o mesmo é temático, monitor ou ruído. Ou seja, obtivemos diferenças significativas entre as características de cada tipo, o que possibilitou avanço do nosso trabalho em três etapas analíticas.

Em nossa análise empírica, primeiramente, mensuramos a quantidade de comentários controlados pela tipologia. Destacamos que “ruído” concentrou mais da metade dos comentários, como expõe a Tabela 1. Isso é consequência das características da plataforma Facebook e do constante uso das redes sociais pelos indivíduos para se expressarem de modo particularizado, uma vez que esse tipo concentra comentários mais limitados às justificativas de posição, e independente do tema do debate. Além disso, um terço do debate foi “temático” e o comportamento do tipo “monitor” esteve presente em apenas cerca de 10% do total de comentários. Em relação aos jornais, encontramos



diferenças quantitativas pertinentes à concentração do debate. Como indica a Tabela 2, destaca-se a *fanpage* da Folha de S. Paulo (FSP), que obteve muito mais comentários que as outras duas páginas concentrando 68,35% do total de comentários, contra 18,36% no jornal O Estado de S. Paulo (OESP) e 13,27% em O Globo (OGLO).

A segunda etapa da análise também permitiu identificar diferenças de comportamento dos comentadores por jornal. A Tabela 3 expôs essas informações e indicou que os comentários são mais temáticos na FSP quando os candidatos são citados. No caso de OESP, a informação obtida pela análise comparativa é de que há mais ruído quando Dilma, candidata à reeleição, era mencionada no comentário. Por sua vez, o comportamento do comentador de OGLO tende a ser mais de monitor quando se menciona o nome de Aécio Neves.

Outra diferença percebida em relação aos comportamentos dos comentadores por *fanpage* diz respeito ao volume de comentários ao longo da campanha, conforme foi explorado no Quadro 2. Apenas em OGLO há variações significativas durante a campanha, indicando que os comentadores do jornal tenderam a mudar o comportamento ao longo do tempo. No caso de OESP, houve estacionaridade em praticamente todo o período. Ou seja, os volumes de monitores, temáticos e ruídos tenderam a se manter estáveis ao longo do tempo. Em a FSP, a diferença se dá apenas no volume diário de comentário monitor, ou seja, nessa *fanpage* os comentadores tenderam a discutir mais com os atores intermediários ao debate no final da campanha em relação ao início.

Por fim, encontramos mudanças nos padrões de comportamento nas três *fanpages* do segundo turno em relação ao primeiro. É possível pensar que o crescimento nas manifestações via comentários em *fanpage* dos jornais coincide com a polarização da campanha e com o maior volume de informações sobre ela, como indicam os dados expostos no Quadro 3. Isso porque a disputa passa a ser concentrada apenas em dois candidatos e já há um acúmulo de informações sobre as eleições após os 90 dias do primeiro turno. No entanto, esse crescimento não se dá de modo homogêneo, nem em relação à tipologia, nem aos jornais.

Nossos dados mostraram que o único tipo de comentário que cresceu nos três jornais no segundo turno em relação ao primeiro é “ruído”. Esse achado nos permite afirmar que o maior volume de manifestações no segundo turno não significa, necessariamente, maior qualidade dos conteúdos publicados pelos eleitores via



comentários em redes sociais ao final da campanha. Por outro lado, há crescimento da categoria “temático” em dois dos três portais, ainda que em OESP ele tenha apresentado queda no segundo turno. Por outro lado, vale ressaltar que as diferenças de coeficientes entre “temático” e “ruído” ficaram muito próximas no geral, nas três *fanpages*. A categoria monitor foi a que apresentou maiores diferenças entre os três jornais. A presença dela cresce no segundo turno em OGLO, fica estável na FSP e cai em OESP.

Assim, para além de contribuir com a tipologia e indicar o volume significativo de ruído existente no debate em RSO, nossos dados indicam que o debate digital eleitoral se deu de modo distinto nas três *fanpages*. Isso nos permite reafirmar que para o tipo de manifestação de monitores – aqueles que vigiam, criticam e cobram os intermediadores do debate – importa a instituição que está sendo monitorada. Neste caso, o veículo de imprensa que publica sobre a campanha eleitoral em sua *fanpage*.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDÉ, A. “O internauta casual: notas sobre a circulação da opinião pública na internet”. **Revista USP**. São Paulo, vol. 90, nº 2, pp. 24-41, 2011.

BRUGNAGO, F.; CHAIA, V. “A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook”. **Revista Aurora**, São Paulo, vol.7, nº 21, pp. 99-129, 2014.

CERVI, E. U. **Opinião Pública e Comportamento Político**. Curitiba: IBPEX, 2010.

CERVI, E. U. “Como os webleitores do ‘Portal Estadão’ comentaram a eleição de Dilma Rousseff em 2010: uma discussão sobre os participantes do debate público em campanhas eleitorais nos novos meios de comunicação”. **Explanans**, Zinacantepec, México, vol. 2, nº 1, pp. 75-99, 2013.

CERVI, E. U.; CARVALHO, F. C.; BUCKSTEGGE, J. “A Disputa Presidencial em posts e comentários no Facebook”. **Em Debate**, vol.7, nº5, pp.47-75, 2015.

DAHLBERG, L. “Net-public sphere research: beyond the ‘first phase’”. **The Public**, vol. 11, pp. 27-44, 2004.

FEENSTRA, R. A. “Democracia en la era de la nueva galaxia mediática”. **Veritas**, v. 57, n. 1, p. 112-127, 2012.

FUKS, M. “Definição de agenda, debate público e problemas sociais”. **BIB**, nº 49, pp. 79-94, 2000.

GROSSI, G. “Sfera pubblica e flussi di comunicazione nell'epoca della rete”. In: MOSCA, L.; VACCARI, C. (Ed.), **Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online**. Milano: Franco Angeli, 2011.



GROSSI, G. **La Opinion Publica**. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2007.

HELD, D. **Modelos de democracia**. Madrid: Alianza Editorial, 1996.

HOOGHE, M.; DEJAEGHERE, Y. “Does the ‘monitorial citizen’ exist? An empirical investigation into the occurrence of postmodern forms of citizenship in the Nordic countries”. **Scandinavian Political Studies**, vol. 30, nº 2, pp. 249-271, 2007.

JENSEN, J. L. “Public spheres on the internet: anarchic or government-sponsored – a comparison”. **Scandinavian Political Studies**, vol. 26, nº 4, 2003.

KEANE, J. **Vida e Morte da Democracia**. Coimbra: Edições 70, 2010.

MAIA, R. REZENDE, T. “Democracia e a ecologia complexa das redes sociais online: um estudo sobre discussões acerca do racismo e da homofobia”. *Intexto*, nº 34, pp. 492-512, 2015.

MITOZO, I.; MASSUCHIN, M.; CARVALHO, F.C. Debate político-eleitoral no Facebook: os comentários do público em posts jornalísticos na eleição presidencial de 2014. **Opinião Pública**. vol. 23, nº 2, pp.459-484, May 2017.

NOELLE-NEUMANN, E. **La Espiral del Silencio: Opinión Pública nuestra piel social**. Barcelona: Paidós, 1995.

RIEDER, B. “Studying Facebook via data extraction: the Netvizz application”. In: **Proceedings of the 5th annual ACM web science conference**. ACM, pp. 346-355, 2013.

RUBIM, A. A. C. “Novas Configurações das Eleições na Idade Mídia”. **Opinião Pública**, vol.7, nº 2, pp.168-181, 2001.

SCHÄFER, M. “Digital Public Sphere”. In: MAZZOLENI, G. (Ed.); **The International Encyclopedia of Political Communication**. John Wiley & Sons, 2015.

SCHUDSON, M. “Political observatories, databases & news in the emerging ecology of public information”. **Daedalus**, nº 139, pp.100-109, 2010.

SCHUDSON, M. **The good citizen: A history of American civic life**. Free Press, 1998.

SCHUDSON, M. **Why Democracies Need an Unlovable Press**. Malden: Polity Press, 2008.

SHANNON, C. E.; WEAVER, W. **The mathematical theory of communication**. Urbana: University of Illinois Press, 1949.

SORJ, B. “On-line/off-line: a nova onda da sociedade civil e a transformação da esfera pública”. In: ____, FAUSTO, S. (Orgs.) **Internet e mobilizações sociais**. São Paulo: Edições Plataforma Democrática, 2015.

VAN DEN HOVEN, J. “E-democracy, E-Contestation and the Monitorial Citizen”. **Ethics and Information Technology**, vol. 7, nº. 2, pp. 51-59, 2005.

ZALLER, J. “A new standard of news quality: Burglar alarms for the monitorial citizen”. **Political Communication**, vol. 20, nº. 2, pp. 109-130, 2003.