

PRODUÇÃO DE REDES NO FACEBOOK E TRABALHO SEMIÓTICO NÃO-REMUNERADO: UM ESTUDO EMPÍRICO DA PÁGINA DO COLETIVO RIO NA RUA

PRODUCCIÓN DE REDES EN FACEBOOK Y TRABAJO SEMIÓTICO SIN REMUNERACIÓN: UN ESTUDIO EMPÍRICO DE LA PÁGINA DEL COLECTIVO RIO NA RUA

PRODUCING NETWORKS ON FACEBOOK THROUGH NON-PAID SEMIOTIC WORK: AN EMPIRICAL STUDY ON THE PAGE OF RIO NA RUA'S COLLECTIVE

Marcela CANAVARRO

Graduada em Jornalismo pela Eco/UFRJ e mestranda na linha de Tecnologias da Comunicação e Estéticas, na mesma escola, com defesa de dissertação prevista para maio de 2014. É também doutoranda no curso de Mídias Digitais na Universidade do Porto (Portugal), programa conjunto das faculdades de Jornalismo, Belas Artes, Economia e Engenharia Informática. Obteve, em 2012, o título de especialista em Mídias Digitais e Interativas, pelo Senac-Rio
email: mcanavarro@gmail.com

Resumo

Este artigo é parte da pesquisa de dissertação de Mestrado da autora e descreve as dinâmicas e os valores constituintes da rede gerada pela página Rio na Rua, no Facebook, que realiza a cobertura das manifestações populares no Rio de Janeiro, desde junho de 2013. Com a descrição do processo de constituição e manutenção da rede criada pelo Rio na Rua, pretendemos demonstrar que a interação dos usuários na plataforma não é apenas atividade de consumo do serviço, mas criadora de rede dentro do ecossistema de redes da plataforma. Esta interação converte-se, assim, em trabalho semiótico produtivo, pois configura-se em etapa essencial para produção de signos, vendidos como palavras-chave para os anunciantes.

Palavras-chave

redes sociais; trabalho semiótico; Facebook; trabalho gratuito

Resúmen

Este artículo es parte de la pesquisa de la autora, en el ámbito de su Mestrado, y describe las dinámicas y los valores constituintes de la red de Rio na Rua en Facebook, que hace la cobertura de las manifestaciones populares en Rio de Janeiro, desde junio de 2013. A través de la descripción de los procesos de constitución y mantenimiento de la red criada por Rio na Rua, buscamos demostrar que la interacción de los usuarios en la plataforma no es solamente una actividad de consumo del servicio, pero también es creadora de una red dentro del ecosistema de redes en la plataforma. Desta manera, esta interacción convierte-se en trabajo semiótico productivo y es una parte imprescindible de la producción de signos vendidos por Facebook en la forma de palabras-clave para los anunciantes.

Palabras-clave

redes sociales; trabajo semiótico; Facebook; trabajo gratuito

Summary

This paper is part of a broader research of the author's Master's Thesis and describes dynamics and values that constitute Rio na Rua's ("Rio on the street") network on Facebook. The page covers frequent popular riots in Rio de Janeiro, since June 2013. Through the description of the constitution and maintenance of the network created by Rio na Rua, we seek to demonstrate that users interaction on the platform is not just a consumption activity of the service offered by Facebook. It also creates a network within the network ecosystem of the platform. Therefore, the interaction is a semiotic and productive work as it is an essential task on producing signs which are sold by Facebook as keywords to advertisers.

Keywords

social networks; semiotic work; Facebook; no paid work

Apresentação

O modelo de negócios do Facebook baseia-se em sua capacidade de disseminar anúncios direcionados a grupos específicos de usuários, de acordo com seu perfil de interação. Diferentemente das mídias tradicionais, como TV, rádio ou um outdoor, o valor da inserção publicitária no Facebook não se baseia apenas no tamanho da audiência ou no tempo gasto naquele espaço. Para que a publicidade seja direcionada a cada perfil de usuários no Facebook, é essencial que estes produzam redes dentro do ecossistema de redes que o site oferece (sem cobrar pelo serviço).

Neste artigo, apresentamos parte do estudo empírico que realizamos em nossa pesquisa de Mestrado, na linha de Tecnologias da Comunicação e Estética, na Escola de Comunicação da UFRJ. O trabalho baseia-se na análise da página do Rio Na Rua, que faz a cobertura cidadã das manifestações populares no Rio de Janeiro, desde junho de 2013. Pretendemos contribuir para a compreensão de dinâmicas e valores que constroem incessantemente as comunidades e redes de relações sociais no Facebook. Com estes agrupamentos, gerados por trabalho produtivo de usuários, é possível produzir aquilo que é vendido aos anunciantes: o signo, sob a forma de palavra-chave. A interação realizada pelos usuários do Facebook gera valor na cadeia de produção da empresa. Sem redes não há produto a ser vendido aos anunciantes. E sem o trabalho dos usuários, a rede não se forma.

Eles convertem-se, portanto, em trabalhadores não-remunerados, um dos elos de uma divisão de trabalho que envolve trabalhadores contratados e assalariados (que desenvolvem e aprimoram constantemente a plataforma, incluindo aí seu algoritmo), trabalhadores gratuitos (que criam redes e transformam fluxos de conhecimentos, afetos e relações sociais em signos passíveis de captura pelo sistema computacional) e o algoritmo (que realiza trabalho morto de processamento destes signos e define, a partir das tendências extraídas da interação dos usuários, as palavras-chave que serão capazes de promover vendas¹).

Metodologia

Para análise do objeto de estudo, utilizamos o método da observação empírica do processo de produção de signos da página **Rio Na Rua**. Reunimos também dados e informações extraídos do Facebook. Buscamos, assim, indícios e evidências que comprovem que esta atividade, como *trabalho vivo* de produção de *signos*, é geradora de valor na cadeia produtiva do Facebook.

Nesta fase da pesquisa empírica, observamos os seguintes elementos:

- a) Relatórios de estatísticas (conhecidos como Facebook *Insights*);
- b) Menções em outras páginas no Facebook;
- c) Menções do Rio Na Rua na imprensa tradicional (do Brasil e no exterior) e alternativa;
- d) Grafos de visualização das redes, extraídos a partir das ferramentas *Netvizz* e *Gephi*,

1- Sobre esta divisão de trabalho, ver o artigo *Mais-valia 2.0*, de Marcos Dantas, publicado nesta edição da *Eptic Online*. Um trabalho também interessante para a compreensão da exploração comercial do intelecto geral foi publicado por Pasquinelli (*O algoritmo do PageRank do Google: um diagrama do capitalismo cognitivo e da exploração da inteligência social geral*, 2010, 9 p. Disponível em: http://matteopasquinelli.com/docs/Pasquinelli_PageRank_pt.pdf. Acesso em: 26/02/2014)

e que permitem analisar, com relativa facilidade, uma quantidade massiva de dados da rede;

e) Mecanismos da plataforma para *linkar* o conteúdo com diversas redes, como a *hashtag*, o botão de compartilhamento e o *feed* de notícias;

f) Comunicações internas do grupo, realizadas presencialmente ou por e-mails e pads colaborativos. Como uma das integrantes do coletivo analisado, a autora deste trabalho esteve envolvida em todas as etapas de constituição do grupo. Todas as menções a diálogos presenciais envolveram a participação da autora, que também acompanha regularmente a lista de e-mails e os pads colaborativos.

Para análise dos dados coletados, utilizamos a formulação teórica de redes sociais na Internet da pesquisadora Raquel Recuero (2009).

Análise Empírica

Em junho de 2013, irrompeu, no Brasil, um movimento popular de grande proporção. Motivados, inicialmente, pela demanda de revogação do aumento de 20 centavos nas passagens de ônibus em todo o país, milhares de manifestantes saíram às ruas no Rio de Janeiro e em São Paulo, na primeira quinzena de junho. Depois de quatro manifestações, com adesão crescente, nas duas maiores cidades do Brasil, a onda de protestos, iniciada pelo Movimento Passe Livre (MPL) em São Paulo, e pelo Fórum de Lutas Contra o Aumento da Passagem, no Rio de Janeiro, eclodiram em todo o país. No dia 20/06/2013, pelo menos 70 cidades levaram multidões às ruas.

Neste momento, a pauta do movimento já havia se ampliado para além do aumento de 20 centavos na tarifa dos ônibus (que, aliás, já havia sido revogado na maior parte das cidades): no Rio, a pessoas pediam mais dinheiro para a saúde e a educação; o fim da corrupção e da repressão policial ao movimento popular; a paralisação das remoções de famílias em áreas que receberiam obras de infraestrutura para a Copa do Mundo e as Olimpíadas; e a revisão dos contratos assinados com a FIFA para a realização do Mundial de futebol no país, entre outras medidas direcionadas aos poderes Legislativo, Executivo e Judiciário. Para 11/07/2013, foi decretada uma greve geral (que teve adesão parcial dos sindicatos), e houve protestos generalizados em todos os 26 estados do Brasil, além do Distrito Federal.

Neste período, cresceu também a percepção de que a imprensa tradicional não trazia informações confiáveis sobre as manifestações. Começaram a circular nas redes sociais relatos e imagens (fotos e vídeos) de situações vividas e/ou presenciadas à distância pelos manifestantes que desmentiam a versão da mídia tradicional. Enquanto a velha imprensa dava desproporcional destaque às cenas de vandalismo e confronto entre manifestantes e policiais, as redes sociais eram inundadas por vídeos que mostravam abuso policial na repressão aos protestos, essencialmente pacíficos. A credibilidade da imprensa tradicional era, talvez pela primeira vez na história do Brasil, colocada em xeque em âmbito nacional

2- Opinião publicada no dia 13/06/2013, disponível em: www.youtube.com/watch?v=f8kQ8G2HUYs. Acesso em: 12/08/2013. Retratção disponível em: www.youtube.com/watch?v=1RcZrPzol4I. Acesso em: 12/08/2013.

e de forma contundente.

Os vídeos do Youtube retratavam também hostilidade de milhares de pessoas aos repórteres das redes de televisão, em especial da Rede Globo, que teve seus profissionais expulsos da cobertura de manifestações em diversas cidades, como Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, João Pessoa, Macaé, Maringá, São Luís e até Londres e Madri, onde cidadãos brasileiros lançaram movimentos de apoio aos protestos no Brasil. Foi dado início a uma campanha espontânea e massiva de usuários dos sites de redes sociais contra a maior emissora de televisão do país, que chegou a se retratar² em seus principais telejornais pelo tratamento dado às manifestações no início do levante popular.

Paralelamente ao ceticismo na imprensa tradicional, emergiram novos canais para a busca por informações sobre o que acontecia nas ruas - e na militância fora delas. E m estudo realizado no MediaLab da UFRJ, os grafos sociais extraídos do Twitter, a partir de dados relativos à palavra-chave #ProtestoRJ, muito popular durante as manifestações no Rio, mostraram que:

o centro do grafo está habitado por uma multidão de pequenos nós (atores) conectados entre si. E, como se pode ver, este centro é extremamente vasto, ocupando quase toda a rede. O que nos indica que a rede #protestosRJ, especialmente nos dias 16 e 17 de junho, é massivamente constituída por uma multiplicidade de atores e ações “menores”, no sentido de ser formada por pessoas quaisquer, mas intensamente conectadas. Diferentemente dos grandes nós que estão na periferia, eles fazem falar muitos outros atores, pois não apenas são retuitados como retuitam muito. De fato, muitos dos que estão mais ao centro do grafo têm uma ação quase que inversa aos que estão na periferia. Em vez de terem um número pequeno de postagens com grande difusão, são os mediadores de um grande número de postagens vindas de diferentes atores. Não são pontos de difusão, mas pontos de mediação, tradução (BRUNO, NASCIMENTO, MAZOTTE, 2013).

Neste contexto, somando-se aos esforços espontâneos e voluntários nas redes sociais, nasceu o Rio Na Rua, um coletivo formado por estudantes e profissionais de diferentes áreas, todos jovens entre 24 e 35 anos, com o objetivo de produzir narrativas sobre os protestos que tomavam as ruas da cidade, pelo menos duas vezes por semana. O grupo se descreve no Facebook como

uma iniciativa independente de cobertura das manifestações no Rio de Janeiro. A página é administrada por comunicadores e funciona a partir da colaboração de leitores e das pessoas presentes nos atos e manifestações na cidade. Todas as informações são checadas e rechechadas antes das postagens. Acreditamos que todos têm direito de se manifestar nas ruas e, por isso, todos os partidos e entidades devem ser respeitados (RIO NA RUA, 2013).

Nas manifestações populares de 2013, no Brasil, os veículos que se mostraram independentes da grande mídia na cobertura dos eventos viram um crescimento vertiginoso de sua audiência. A página Rio Na Rua entrou no ar no Facebook no dia 26/06/2013, às 23h45.

Em menos de três semanas, o coletivo era acompanhado por mais de 3 mil pessoas (dado de 15/07/2013) - um quadro de internautas localizados em 20 países (a esmagadora maioria, claro, no Brasil) e em oito estados do Brasil, além do Distrito Federal. Em 12/08/2013, eram 8.734 pessoas acompanhando a página.

A página chegou a ganhar 1.400 novos seguidores em apenas um dia (22/07/2013). Em 13/07/2013, o painel administrativo indicava que, nos últimos 7 dias, os *posts* foram vistos por mais de 234 mil usuários únicos, um aumento de 55% em relação à semana anterior. Os compartilhamentos feitos por usuários cresceram 1.034% no mesmo período, ultrapassando 15 mil histórias geradas a partir dos *posts* iniciais.

A rede criada pelo Rio na Rua apresenta certas *propriedades* e determinados *valores* comuns às redes sociais na Internet e descritos por Recuero em um aprofundado estudo publicado em 2009. Utilizamos estas propriedades para analisar como se deu a criação, manutenção e evolução da rede do Rio na Rua no Facebook.

Grau de conexão

Recuero (p. 71) aponta a propriedade que se refere a um ponto conectado a outros pontos quaisquer da rede:

O grau de conexão é simplesmente a quantidade de conexões que um determinado nó possui. (...) É, assim, também uma descrição de quantos nós compõem a vizinhança de um determinado nó (Scott, 2000; Wasserman & Faust, 1994). (...) Quanto maior o grau de conexão, mais popular e mais central é o nó na rede.

Nós com alto grau de conexão são entes geradores de maior valor na rede do que nós com baixo grau de conexão. Em redes distribuídas ou descentralizadas todo nó é potencialmente gerador de um alto grau de conexão: não há, em princípio, limitações estruturais para nenhum dos nós. As redes são heterogêneas.

Em nossa análise, o valor da página do Rio na Rua no Facebook, do ponto de vista do grau de conexão, é determinado por: a) número de *perfis* que seguem a página; b) número de *páginas* que seguem a página³. Quanto mais “seguidores”, maior o grau de conexão. Em 10/07/2013, o RnR tinha 1.499 pessoas seguindo a página. Uma semana depois (17/07/2013), este número mais do que duplicou, saltando para 3.495. Este padrão de crescimento praticamente se manteve na semana seguinte, atingindo 5.869 seguidores, em 24/07/2013, e a página fechou o mês com 7.743. No mês de julho, a rede cresceu e a página ganhou valor, do ponto de vista do grau de conexão.

Desde sua estréia no Facebook até a data em que estas páginas são escritas, em 23/01/2014, houve 39 dias em que mais de 100 pessoas começaram a seguir a página, conforme mostra a tabela 1. O RnR tinha, em fins de janeiro de 2014, 16.488 perfis seguindo a página. Do ponto de vista do valor gerado pelo grau de conexão, o mês de julho foi o mais “ren-

3- Segundo as regras do Facebook a presença de empresas e outras pessoas jurídicas no Facebook deve ser feita através do registro de uma página. Os perfis, via de regra, pertencem a indivíduos e não a marcas

tável”.

Tabela 1: Quantidade de novos seguidores da página do RnR no Facebook em dias com mais de 100 novas “curtidas”.

	Data	Quantidade de novos seguidores (perfis)
1	27/06/2013	477
2	30/06/2013	648
3	04/07/2013	117
4	11/07/2013	697
5	12/07/2013	134
6	13/07/2013	261
7	14/07/2013	364
8	15/07/2013	162
9	17/07/2013	352
10	18/07/2013	251
11	22/07/2013	1.472
12	23/07/2013	515
13	25/07/2013	215
14	26/07/2013	1.058
15	27/07/2013	169
16	31/07/2013	165
17	08/08/2013	167
18	09/08/2013	359
19	11/08/2013	119
20	12/08/2013	154
21	13/08/2013	124
22	14/08/2013	340
23	15/08/2013	272
24	20/08/2013	186
25	21/08/2013	102
26	26/08/2013	159
27	28/08/2013	111
28	07/09/2013	295
29	11/09/2013	113
30	28/09/2013	116
31	29/09/2013	122
32	30/09/2013	175
33	01/10/2013	818
34	02/10/2013	447
35	07/10/2013	230
36	15/10/2013	200
37	16/10/2013	232
38	17/10/2013	164
39	18/10/2013	171

Fonte: formulação da autora, com dados do Facebook Insights.

Dois dias destacam-se dos demais, por atraírem mais de 1.000 novos seguidores: 22 e 27 de julho. O dia 01/10/2013 também foi relevante para a geração de valor produtivo da rede do ponto de vista do grau de conexão. As três datas foram marcadas por manifestações de grandes proporções, com cobertura de 5 a 12 horas ininterruptas realizada pelo Rio Na Rua. Ao observar a evolução da página, é possível notar que os dias com grandes manifestações na rua tendem a atrair mais seguidores, já que a proposta do coletivo é levar à sua audiência informações confiáveis sobre os protestos em tempo real. É também nestes dias que a colaboração entre a página e seus seguidores se torna mais forte, com mensagens recebidas de forma pública ou privada no Facebook, em que as pessoas reportam informações relevantes para divulgação. As interações públicas, como comentários e compartilhamentos, geram mais visibilidade da página na rede e, desta forma, tendem a atrair novos seguidores.

Nas figuras abaixo, pode-se comparar a evolução do número de novos seguidores (fig. 1) e o alcance que as publicações da página tiveram (fig. 2), ao longo dos meses de julho a outubro. O alcance da publicação é definido pelo número de vezes que esta é impressa no feed de notícias de qualquer usuário do Facebook. Cada vez que alguém curte, compartilha ou comenta a publicação de uma página, ela é potencialmente visível para toda a sua rede de amigos.

Verifica-se, com a análise das linhas formadas nos dois gráficos, um mesmo padrão de comportamento das duas medidas, indicando que um maior alcance da publicação tende a se reverter em mais seguidores, ampliando o valor produtivo da rede. De forma análoga, um alto grau de conexão é um fator gerador de valor, pois tende a gerar mais visibilidade e aumentar o alcance das publicações na rede de amigos dos seguidores. É um movimento que se retroalimenta.

Fig. 1: Evolução no número de novos seguidores da página do RnR no Facebook, entre julho e outubro de 2013, indica geração de valor a partir do aumento do grau de conexão.



Fonte: Facebook Insights.

Fig. 2: Evolução do alcance das publicações da página do RnR no Facebook, entre julho e outubro de 2013.



Fonte: Facebook Insights.

Multiplicidade

4- Um grafo é um conjunto de nós ligados por arestas e representam um campo delimitado onde efetivam-se diversas conexões, podendo envolver diferentes redes ou apenas parte de uma rede. Em recentes pesquisas nos campos das Ciências Humanas e Sociais, têm sido bastante utilizadas as visualizações de grafos sociais, a partir da coleta de dados em sites de redes sociais.

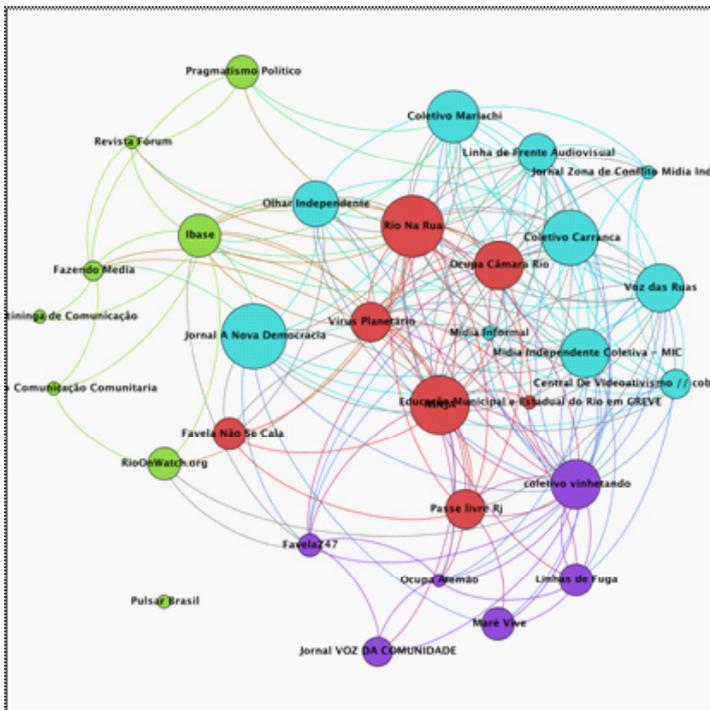
5- Recuero (2009) aponta que uma “característica das comunidades em redes é apontada por Newman e Park (2003): a estrutura da comunidade produz clusterização, ou seja, permite que os nós agreguem-se ainda mais uns aos outros. Isso equivaleria a dizer que a estrutura de comunidade tende a formar-se juntando nós cada vez mais próximos e tende a ficar cada vez mais densa” (p.148).

Recuero (2009) aborda a propriedade da densidade, que “é referente à quantidade de conexões que um grafo⁴ possui. Uma rede de *weblogs* totalmente conectados (onde todos eles fazem *links* entre si) é uma rede densa, pois há um número máximo de conexões possíveis em todos os nós” (p. 72).

A densidade máxima de uma rede é, assim, atingida quando os nós estabelecem entre si a maior multiplicidade de conexões possíveis, ou seja: todos os entes da rede estão conectados entre si. Uma alta densidade de nós em uma rede promove o fenômeno de clusterização⁵, gerando comunidades dentro da rede ou mesmo novas redes.

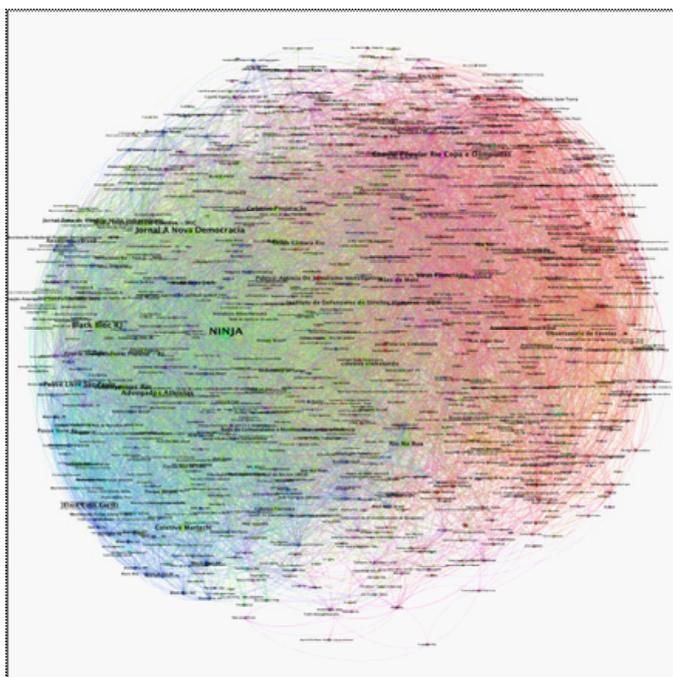
Nos grafos sociais do RnR, podemos comparar a densidade da rede a partir de dois filtros: conexões com outras páginas em até um nível de profundidade (apenas as conexões da página - fig. 3) ou em até dois níveis de profundidade (as conexões da página e as conexões destas conexões - fig. 4). Esta é uma característica importante de sites de redes sociais como o Facebook: as conexões acontecem em efeito cascata. Quanto mais seguidores a página tiver, mais chances ela tem de ser vista pelos amigos destes seguidores. A plataforma funciona de forma a potencializar a densidade da rede, aumentando, assim, a quantidade de interações possíveis e efetivamente realizadas. Desta forma, gera-se mais valor a partir da propriedade da densidade: os signos, enquanto resultados do trabalho semiótico produtivo, circulam por redes com mais nós.

Fig. 3: Visualização da rede em um nível de profundidade. O tamanho dos nós indica o valor da página quanto ao peso dos links que saem diretamente dela (HUB). As cores dos nós representam a clusterização em 4 comunidades (modularity class).



Fonte: Dados coletados do Facebook em 11/04/2014, com Netvizz v1.0 e visualizados com Gephi v0.8.2.

Fig. 4: Visualização da rede em dois níveis de profundidade, no dia da remoção da Favela da Telerj, no Engenho Novo. O tamanho dos nós indica o valor da página quanto ao peso dos links que saem diretamente dela (HUB). As diferentes cores representam a clusterização em 8 comunidades (modularity class).



Fonte: Dados coletados do Facebook em 11/04/2014, com Netvizz v1.0 e visualizados com Gephi v0.8.2.

A multiplicidade também se refere à multiplexidade da rede:

No caso das redes sociais na Internet, poderíamos dizer que a multiplexidade pode ser inferida, por exemplo, a partir das ferramentas utilizadas para manter uma mesma conexão social. Imaginemos, por exemplo, que um determinado ator A utiliza o Orkut, o Google Talk e o Twitter para manter uma conexão com o outro ator B. Essa variedade de plataformas poderia indicar uma multiplexidade do laço (p.77).

Além do Facebook, o RnR utiliza blog, canal do Youtube, perfil do Twitter, dois canais no Twitcasting (para *streamings* ao vivo), um canal acessório no Bambuser, um canal no Soundcloud (para publicações em áudio) e o rádio por ondas de frequência (no momento, com transmissão suspensa). O grande desafio de ter tantos canais é mantê-los atualizados e dinâmicos, de forma a ter uma rede coesa. Especialmente nos dois primeiros meses de funcionamento, quando boa parte dos procedimentos foram definidos, os colaboradores do RnR debateram, através de e-mails e conversas presenciais, qual seria a melhor função para cada canal. Assim, estes assumiram diferentes papéis na difusão da produção semiótica:

a) Página no Facebook: principal canal de *mobilização em tempo real*. É dinâmico e eficiente para conquistar nova audiência, devido à estrutura em rede para visualização e compartilhamento de conteúdo. No entanto, não gera *memória* e não se mostra como o canal adequado para produzir acervo histórico, pois é difícil encontrar uma publicação antiga. Também não permite a busca por palavra-chave;

b) Blog: canal para gerar *memória*, pois permite eficiente categorização de assuntos, busca por palavra-chave e é indexado por buscadores. O blog faria um papel semelhante ao que os jornais impressos exercem atualmente: uma consolidação de fatos já publicizados, em uma narrativa lógica. Em um segundo momento, o blog passou a ser utilizado para publicar histórias consideradas menos contextuais e, portanto, necessárias a um acervo histórico. Uma outra função do blog foi a publicação de textos opinativos, escritos coletivamente em *pads*⁶ colaborativos, e de links para vídeos do canal do RnR no Youtube.

c) Canal no Youtube: eficiente para a publicação de vídeos gravados e posteriormente editados. Foi considerado um canal importante na geração de *memória*, assim como de *mobilização*;

d) Canais de streaming ao vivo no Twitcasting e no Bambuser: canais para transmissão de vídeo ao vivo, direto de manifestações, eventos e debates. Acompanhou uma tendência nas manifestações populares em todo o mundo, em que o *streaming* serviu como prova para registrar truculência policial, inocentar manifestantes presos e mobilizar as redes digitais enquanto os protestos aconteciam nas ruas.

Cabe aqui determo-nos um pouco nos dois itens anteriores constituintes da rede do RnR: o Youtube e os canais de streaming. Ambos servem para compartilhar vídeos, mas com características distintas. Enquanto um foi considerado importante para a *memória* do movimento (embora também capaz de gerar mobilização), o outro ganhou destaque por ge-

6-“Os etherpads (tão comuns na camada digital para o 15M como as assembleias são na camada física) são uma ferramenta web colaborativa de edição de textos em tempo real, o que permite aos autores modificar simultaneamente um texto e ver todas as modificações do resto dos participantes em tempo real, com capacidade de mostrar o que escreve cada um através de uma cor própria. Também tem uma janela de chat que facilita a edição linear” (TORET, 2013, p.48. Tradução nossa).

rar *mobilização instantânea* (embora também pudesse ter trechos incluídos em um acervo histórico). Houve muitos debates no grupo para decidir o que seria priorizado, diante da limitação de equipamento e colaboradores disponíveis para realizar o trabalho: o vídeo consolidado, publicado dias depois, ou o vídeo com transmissão em tempo real. O debate ficou especialmente acalorado no momento de escolher que equipamentos, diante da verba reduzida recolhida entre os membros do grupo. Optou-se por um cartão SD com transmissão Wi-Fi, para possibilitar boas fotos direto do *front*, e um aparelho celular com plano 4G de Internet, para o *streaming* ao vivo. Isto ocorreu porque: i) considerou-se o *streaming* com maior potencial de atrair novos seguidores, capaz, assim, de aumentar o grau de conexão da rede; ii) identificou-se o *streaming* como uma nova linguagem que deveria ser explorada na produção semiótica do grupo.

Em reunião presencial, debateu-se a semelhança do *streaming ao vivo* com a linguagem radiofônica, já que, em ambos, os sentimentos do “ao vivo” e do fato ainda inacabado são determinantes. Em um *pad* colaborativo em que se consolidam as diretrizes do grupo, lê-se algumas características da transmissão ao vivo que motivaram, em um primeiro momento, a prioridade a este tipo de vídeo:

- 1-** A narração é de extrema importância para o streaming. Devido à qualidade da imagem, a narração serve não só para contar ou esclarecer o que se passa, mas também para dar um direcionamento parcial ao que acontece. Narrar sempre, tendo o bom senso de ficar calado em momentos importantes, ex: conversas relevantes entre manifestantes, policiais, informes importantes, flagrantes etc. É ideal que se preste muita atenção ao que se passou para depois resumir para os espectadores.
- 2-** Em momentos mais calmos, é ideal que se interaja com os comentários. Isso cria público e satisfaz a carência das pessoas. Em momentos tensos, esqueça os comentários e narre como se estivesse narrando uma corrida de cavalos.
- 3-** Um resumo do que acontece é ideal de tempos em tempos. Um bom medidor para isso é o número de espectadores. Quando esse número está em vertiginosa ascensão, é bom que o resumo se dê com mais frequência. Por resumo entende-se de onde saiu o ato, qual caminho percorreu, do que o ato se trata (é bom estar inteirado com o assunto, passando infos importantes que darão credibilidade à transmissão e ao coletivo), além de selecionar momentos importantes que deem um panorama do clima da manifestação. É bom também dizer sempre o local exato onde se está, isso é importante para a base (comunicação interna do RnR, não disponível para acesso externo. Publicado em 24/10/2013).

O guia com as diretrizes gerais também motiva o narrador a divulgar os outros canais do RnR, assim como “começar a transmissão com um enquadramento pertinente e evitar de iniciar apontando o celular pro chão. Esses primeiros segundos estabelecem a imagem que vai virar o *thumbnail* desse vídeo posteriormente”. Nota-se aí um esforço de se estabelecer diretrizes que contribuam para a estratégia de multiplexação da rede, assim como de orientar a produção semiótica para potencializar a geração de valor resultante do signo compartilhado;

e) Perfil no Twitter: em princípio, o grupo optou por gerar atualizações automáticas no Twitter, a partir do que se publicava no Facebook. Depois que os processos de produção e publicação se organizaram, o coletivo passou a ter alguém dedicado a customizar o conteúdo para o Twitter, considerado relevante para atingir conectores fora do Rio de Janeiro. A maioria dos posts vinha acompanhada de link para o blog ou para o Twitcasting, como forma de promover os outros canais e mobilizar em tempo real. Caso não houvesse um link específico para divulgar, priorizava-se atualizações acompanhadas de foto, pois acreditava-se que estas tendiam a gerar mais visualizações e compartilhamentos do que publicações sem imagens associadas;

f) Perfil no Soundcloud: a necessidade de uma conta na rede social de áudio surgiu quando foi feita uma entrevista, utilizando um gravador de som e não uma câmera de vídeo. Nenhum dos canais já utilizados permitia a publicação de arquivos de áudio (a não ser que fossem acompanhados por uma tela preta ou com fotos genéricas, o que não foi considerado adequado). O canal no Soundcloud foi pouco utilizado pois não foi priorizado como mais um canal de mobilização, mas como um recurso necessário para o caso de se publicar conteúdo apenas em áudio;

g) Programa em rádio comunitária: o último canal criado pelo grupo nasceu em novembro de 2013 e aproveitou um espaço na grade da Rádio Interferência⁷ para incluir um programa semanal que cobrisse temas relativos às manifestações, com eventuais entradas ao vivo, entrevistas com pessoas relevantes no cenário das manifestações, e entretenimento, sempre relacionado ao protesto político. Diante da proposta feita por um dos integrantes de ampliar o escopo de atuação para o rádio, houve um debate com cerca de 100 emails e uma reunião ao vivo, para decidir se o programa seria feito e para que serviria no conjunto de produção semiótica do grupo. Destaco alguns trechos:

Sobre multiplexação e divulgação em outros canais do grupo:

- “tem que divulgar que toda terça tem nosso programa, na Internet. Vai funcionar como um podcast. Melhor ainda, com horário fixo”. (colaborador A)
- “A idéia é essa: divulgar que está no ar, e no dia seguinte, divulgar o link do podcast no soundcloud, a nuvem de som”. (colaborador B)
- “Acho que a interação [com os ouvintes] pode ser pelo twitter que é mais rápido (o facebook demora um pouco para atualizar) e aproveitamos e chamamos o tráfego pra lá!” (colaborador C)

Sobre produção semiótica:

- “Acho que podemos criar um conceito para as músicas que serão tocadas. Definir que assuntos abordaremos em cada programa. Ler textos opinativos escritos por nós, exclusivamente para o rádio. Com uma linguagem mais radiofônica. Entrevistas com convidados: DDH, ativistas, Rafucko, coletivos de mídia independente, acadêmicos, etc. Também pensar em quem vai falar, de que forma. Teremos “quadros”. Podemos dividir esses quadros por pessoas, enfim... vamos pensando. Mas acho que devemos dar bastante importância para esse programa! (colaborador A)

7- Sobre a Rádio Interferência é possível saber mais em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Rádio_Interferência

- “Acho que pode ser um pulo do gato pra gente. Principalmente por essa questão de sair do facebook e alcançar novas pessoas”. (colaborador A)

A estratégia de multiplexação é comumente seguida por outros coletivos de cobertura independente das manifestações no Rio e em outros lugares do mundo. Ao comentar as formas organizativas do movimento 15M, na Espanha, Toret (2013) afirma que

Pode-se falar de uma constelação de identidades pessoais e coletivas que têm crescido exponencialmente no momento da explosão do movimento, criando um ecossistema de identidades coletivas que estão em plataformas distintas e, assim mesmo, estão relacionadas entre elas. Estas identidades coletivas seriam motores, exercendo uma liderança temporal distribuída (temática espaço-temporal) do processo (p. 49).

Ainda não está claro que tipos de sinergia eles podem gerar entre si, em termos de audiência, mas o RnR observou um aumento significativo de “assinantes” de seu canal no Youtube quando solicitou aos seus seguidores do Facebook que assim o fizessem. Isto ocorreu na ocasião em que o Youtube lançou um serviço de *streaming* pelo site e o RnR precisaria atingir um número mínimo de assinantes para ter acesso à nova funcionalidade. Com a campanha no Facebook para conseguir adesões, foi possível chegar ao número necessário rapidamente.

A multiplexação da rede é um fator *constituente* da rede e, portanto, gerador de valor produtivo para as empresas em que estas redes se baseiam. Construir uma rede múltipla é parte do trabalho semiótico dos usuários. A definição de papéis de cada canal, estabelecida pelo RnR procurou configurar tais *media* de forma a atingir o maior potencial semiótico de cada um deles. No documento colaborativo de comunicação interna, que estabelece as diretrizes gerais de publicação, inclui-se a seguinte recomendação:

2.1 Toda postagem deverá ser feita inicialmente no site, incluindo tags e posicionando o post na categoria correta.

2.2 Após a postagem nos sites, segue-se a divulgação nas redes sociais: um post no Twitter e após a postagem no Facebook, sempre linkando para o site.

Os resultados deste cuidado em gerar sinergia entre os canais e multiplicar as portas de entrada para a rede do RnR pode, em parte, ser mensurado através dos *Insights* do Facebook - as estatísticas da página, fornecidas gratuitamente pela plataforma. No mês de julho, conforme já apresentamos acima, a taxa de crescimento da página foi alta: o número de seguidores dobrou a cada semana, nas três primeiras semanas do mês. Apenas nos dias 22/07 e 26/07, respectivamente, 1.472 e 1.058 novos seguidores curtiram a página. No dia 22, o post menos popular foi visto 1,3 mil vezes e o mais visualizado, 98,6 mil vezes. Cruzando este dado com a estatística de “referências externas”, que aponta o número de vezes que a página é citada em outras plataformas que não o Facebook, o destaque, no dia 22/07, é da plataforma Twitcasting.com (ver figs. 5 e 6): tratava-se de uma manifesta-

ção de grande repercussão, em que a transmissão online do Rio Na Rua proliferou pela rede. Vale lembrar que cada menção é visualizada por diversas pessoas.

Fig. 5: Lista de sites que mencionaram o Rio Na Rua, gerando visitas à página do Facebook, no dia 22/07/2013.

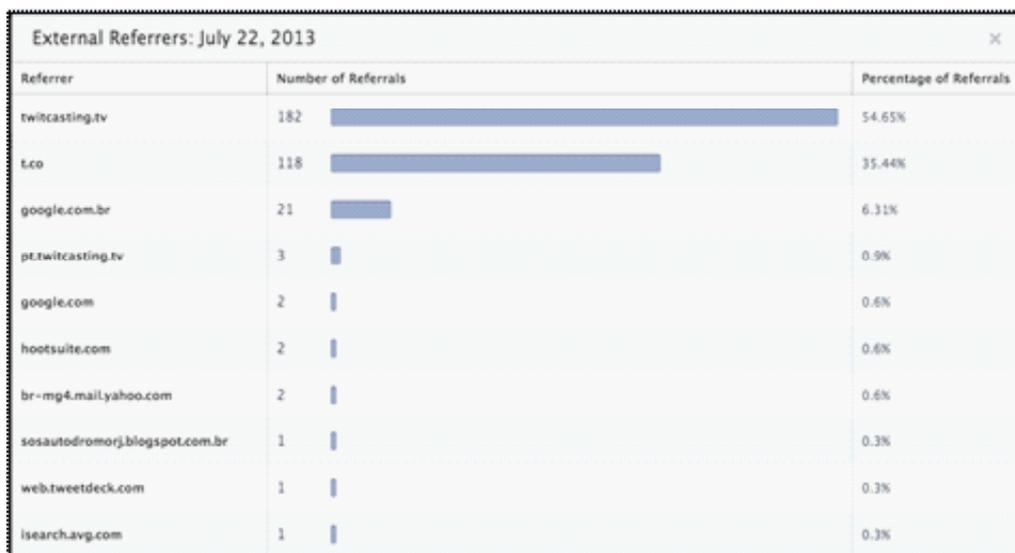


Fig. 6: Evolução de visitas à página do Rio Na Rua no Facebook a partir de menções externas, entre julho e outubro de 2013.



Fonte: Facebook Insights

Aparentemente, a transmissão online ao vivo também aumenta a taxa de envolvimento dos seguidores com a página. A “taxa de envolvimento” é calculada a partir do número de pessoas que curtiram, comentaram, compartilharam ou clicaram na publicação e é um dos fatores criadores da rede e geradores de valor produtivo. No dia 22/07/2013, 12 publicações geraram taxas de envolvimento entre 11% e 20%; 12 publicações ficaram com taxas

entre 21% e 30%; 6 atingiram taxas entre 31% e 40%; e o pico de envolvimento chegou a uma taxa de 44%. O curioso é que o percentual de envolvimento não segue, necessariamente, o número absoluto de popularidade do post: o que se avalia, neste caso é, dentre as pessoas que visualizaram, qual o percentual que se envolveu com a publicação. Vemos, assim, que o post mais visto, com 98,6 mil visualizações, gerou uma taxa de envolvimento de 12%, enquanto o post que mais envolveu, com taxa de 44%, foi visualizado apenas 1,7 mil vezes.

Uma outra referência externa relevante no mês de julho foi uma matéria publicada na editoria Internacional do site *El País*, da Espanha, em que tratava das manifestações no Brasil. É interessante notar que, embora o *El País* não seja um canal da multiplexidade da rede do Rio Na Rua, a matéria que versava sobre as mídias alternativas durante os protestos no Brasil, com amplo destaque para a transmissão ao vivo em complementariedade à cobertura tradicional, serviu como um conector. A capacidade de aparecer em diversos canais deve, assim, extrapolar as fronteiras da própria rede para aumentar o valor dela.

É notável o destaque do buscador Google nas visitas à página do RnR a partir de menções em plataformas externas ao Facebook. No entanto, é difícil definir o que motivou a busca dos usuários a partir da palavra-chave que levou a tais acessos. Uma hipótese que deve ser melhor estudada é se a multiplexação da rede resulta em mais acessos provenientes do Google.

Dinamismo

Recuero (2009) cita Watts para enfatizar que “não há redes ‘paradas’ no tempo e no espaço. Redes são dinâmicas e estão sempre em transformação. Essas transformações, em uma rede social, são largamente influenciadas pelas interações” (p. 79). As redes sociais adquirem movimentos próprios que, por vezes, somam e constroem um determinado laço social e, outras, enfraquecem ou mesmo destroem esse laço. É justamente a partir destes fluxos de desterritorialização e reterritorialização que a rede social se constitui, se renova incessantemente e pode, assim, ser monetizada pela empresa que lhe dá suporte na Internet. Tais fluxos se dão a partir de interações mediadas por signos, ou seja, a partir do trabalho semiótico de quem interage, que promovem dinâmicas de cooperação, competição e conflito.

De acordo com a teoria das redes exposta por Recuero (2009), “os processos dinâmicos das redes são consequência direta dos processos de interação entre os atores” (p. 80). As dinâmicas construídas coletivamente e que dão a característica da emergência às redes sociais, também são processos semióticos realizados pelos usuários-trabalhadores gratuitos em plataformas não-pagas de produção e compartilhamento de conteúdo, como o Facebook. Recuero (op.cit.) considera que “todo processo dinâmico nas redes sociais será considerado emergente e capaz de impactar a estrutura” (p. 80).

Conclusões

No presente trabalho, apresentamos uma parte dos elementos que foram analisados em nossa pesquisa de Mestrado, onde descrevemos, pormenorizadamente, não apenas estes, mas também as dinâmicas de cooperação, competição e conflito, além dos valores constituintes da rede, como reputação, visibilidade, popularidade e autoridade.

A partir destes elementos, expostos aqui e na pesquisa mais extensa, procuramos descrever parte do trabalho de produção de signos realizado pelos colaboradores do Rio na Rua. É a partir do resultado deste trabalho que a rede se constitui.

Acreditamos que a venda de palavras-chave para anunciantes do Facebook dependa diretamente do processo de constituição, manutenção e evolução das diversas redes existentes dentro do ecossistema de redes, que é o Facebook. Conforme explica Recuero (2009), “um longo período sem interação e sem manutenção dos laços, por exemplo, pode enfraquecer um grupo e mesmo, fragmentá-lo” (p. 83). Entendemos, assim, que a atividade promovida pelos usuários no Facebook é indispensável para que estas redes continuem a existir. Mesmo que a plataforma produzida pelos trabalhadores contratados pelo Facebook permaneça, sem a interação dos usuários sua função se esvai: dar suporte à constituição de redes, que produzirão signos, que serão transformados em palavras-chave pelo algoritmo do sistema, para serem vendidas aos anunciantes. A interação dos usuários torna-se, assim, trabalho produtivo e gerador de valor na cadeia de produção do Facebook.

Referências

BRUNO, F., NASCIMENTO, L., MAZOTTE, N. **#Protesto RJ**: atores menores fazem a rede. Disponível em: <http://medialabufRJ.wordpress.com/2013/08/05/protestorj-atores-menores-fazem-a-rede/> . Acesso em: 12/08/2013.

RECUERO, R. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre, RS: Sulina, 2009.

RIO NA RUA. Página do Facebook disponível em: www.facebook.com/rionarua. Rio de Janeiro, 2013/2014.

TORET, J (org.). **Tecnopolítica**: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. Catalunha: Universidade Aberta da Catalunha, 2013. Disponível em: <http://www.uoc.edu/ojs/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878>. Acesso em: 08/12/2013.