

Razões militantes em primeira pessoa: análise de práticas de ativismo político no Facebook

First person militant reasons: analysis of political activism practices on Facebook

Antonio Teixeira de Barros* 

RESUMO

Trata-se de estudo com o objetivo de analisar o ativismo político digital no *Facebook*, praticado diretamente por cidadãos ativos nas mídias sociais, sem o patrocínio de um coletivo ou instituição. A metodologia consiste em etnografia digital e 30 entrevistas com cidadãos engajados no *Facebook*, com o objetivo de avaliar suas razões militantes, autopercepções sobre suas práticas ativistas, seus interesses e motivações. As conclusões mostram que, apesar de apresentarem perfis diferenciados, os interagentes compartilham um conjunto de estratégias e modos de ação política no *Facebook*. As estratégias compartilhadas são as seguintes: empoderamento individual, narcisismo cognitivo, reciprocidade cognitiva, usos e gratificações, reforço do capital social.

Palavras-chave: ativismo digital, ativismo individualizado, política digital, redes sociais digitais, etnografia digital.

*Centro de Formação da Câmara dos Deputados, Brasília, DF, Brasil.
Doutor em Sociologia pela Universidade de Brasília (1999). Docente e pesquisador do Programa de Mestrado em Ciência Política do Centro de Formação da Câmara dos Deputados.
antonibarros@gmail.com

ABSTRACT

This is a study aiming to analyze the digital political activism on Facebook, practiced directly by citizens active in social media, without the sponsorship of a collective or institution. The methodology consists of 30 interviews with citizens engaged on Facebook, with the objective of evaluating their militant reasons, self-perceptions about their activist practices, their interests and motivations. The findings show that despite presenting differentiated profiles, interactants share a set of strategies and modes of political action on Facebook. The shared strategies are as follows: individual empowerment, cognitive narcissism, cognitive reciprocity, uses and gratuities, reinforcement of social capital.

Keywords: digital activism, individualized activism, digital policy, digital social networks, digital ethnography.

Introdução

Com o rápido avanço das tecnologias digitais, especialmente as mídias sociais, a política ampliou suas arenas discursivas e o cidadão engajado ou militante também passou a dispor de mais espaços para se manifestar. Destaca-se nesse tipo de ativismo político o poder de agência de cidadãs e cidadãos (Barassi, 2016; Vromen *et al.*, 2016; Ranchordás, 2017), que deixaram de ser apenas espectadores das mensagens e discursos políticos para se tornarem *usuários-mídia*, ou seja, eles próprios produtores e difusores de conteúdos políticos nas mídias sociais (Terra, 2017).

Isso coloca novos problemas e perspectivas para os estudos sobre ativismo (Altheide & Snow, 2019; Boulianne, 2019). Axel Bruns (2018) utiliza a denominação *producer*, traduzido em português como *produzúario*, ou seja, um ator híbrido que tanto pode ser consumidor quanto produtor de informação e opinião em rede. As mídias sociais digitais são tratadas na literatura como instrumentos fundamentais da democracia digital, devido a seu poder de conexão, permitindo um novo tipo de ação política, a chamada *ação conectiva* (Bennett & Segerberg, 2013; Toepfl, 2018; Pond & Lewis, 2019) ou ativismo em rede (Ribeiro, Borba & Hansen, 2019).

O *Facebook*, desde que foi criado em 2004, tornou-se uma das mídias sociais mais usadas no mundo contemporâneo, inclusive para fins políticos (Larsson, 2018; Kalsnes & Larsson, 2018; Heiss, Schmuck & Matthes, 2018;

Guess, Nagler & Tucker, 2019). Em 2021 o *Facebook* completou 2,7 bilhões de usuários no mundo todo, firmando sua liderança na arena virtual. No Brasil, já são quase 150 milhões de usuários, o que coloca o país em terceiro lugar em número de usuários do *Facebook*, atrás apenas dos Estados Unidos e da Índia (Hostmidia, 2021).

Em vista desse cenário, o artigo tem como objetivo analisar as formas e motivações do ativismo político digital por meio do *Facebook* no Brasil atualmente. É oportuno esclarecer que o foco da análise é o ativismo continuado, que não se limita aos períodos eleitorais. A literatura registra uma concentração de pesquisas sobre militância e ativismo em épocas eleitorais, com elevada presença de militantes ocasionais (Rocha; Braga, 2015; Mitozo, Massuchin & Carvalho, 2017; Murta *et al.*, 2017; Almeida, R., 2018; Mezzomo, Dos Anjos & Pataro, 2020). Aqui, pretendemos examinar o ativismo sem essa configuração sazonal, portanto, o ativismo mais permanente, entendendo que a ação política conectiva ou “ativismo de sofá” não se limita aos períodos de eleições.

As estratégias metodológicas serão descritas antes da análise dos dados. Sob a ótica teórica, o artigo se utiliza especialmente dos estudos sobre militância individualizada na arena virtual, como veremos a seguir.

Ativismo político digital

O ativismo digital, netativismo ou ciberativismo é entendido como “um conjunto de práticas em defesa de causas políticas, socioambientais, sociotecnológicas e culturais, realizadas nas redes cibernéticas” (Silveira, 2010, p. 15). Uma característica dessa forma de ação política é o coenvolvimento, resultante das configurações relacionais típicas das redes sociais digitais. Isso significa que o capital de relação dos interagentes pode ser potencializado a partir do envolvimento de outros indivíduos influentes de um certo “nó” da rede, estimulando os demais a interagir.

No caso do *Facebook*, quanto maior o número de amigos conectados, maior será o estímulo para o indivíduo conferir o que os amigos estão comentando, gerando maiores chances de coenvolvimento na defesa ou apoio a causas e reivindicações políticas (Grieve *et al.*, 2013). O coenvolvimento pode gerar ativistas acidentais e ativistas observadores. No primeiro caso,

são aqueles indivíduos que até então não eram engajados, mas se sentem compelidos a opinar e se expressar no *Facebook* ocasionalmente. em função da atuação de seus amigos virtuais (Zuckerberg, 2010; Hoffmann *et al.*, 2017). No segundo caso, são aqueles que não se manifestam ostensivamente, opinando, compartilhando ou curtindo, mas acompanham e observam os debates protagonizados por seus amigos nas redes sociais (Bennett, Segerberg & Walker, 2014; De Jong, 2017). A atenção dada ao debate também é considerada relevante na literatura, pois pode constituir o primeiro passo para o engajamento e o ativismo (Barros, 2018; Barros *et al.*, 2021).

Apesar das vantagens do ativismo digital, a literatura aponta variados problemas e limites dessa forma de militância, a exemplo da formação de bolhas ideológicas nas redes sociais (Colleoni *et al.*, 2014; Williams *et al.*, 2015; Quattrocioni *et al.*, 2016; Dubois & Blank, 2018). Segundo esses estudos, os usuários tendem a ser seletivos, engajando-se mais em correntes de opinião que lhes sejam familiares. Essa seletividade, somada aos algoritmos de afinidade e proximidade usados pelo *Facebook* podem levar à formação de “bolhas ideológicas” ou “bolhas de conteúdos” (Flaxman *et al.*, 2016; Boutyline & Willer, 2017).

Esse fenômeno também é chamado de “guetos cibernéticos” e “efeito de câmara de eco” (Quattrocioni *et al.*, 2016). Tal configuração produz fragmentações, de forma que “ameaçam minar uma cultura pública compartilhada e a função social integrativa da esfera pública”. Além disso, “podem até ajudar a fomentar a intolerância onde tais comunidades têm pouco contato – ou entendimento – umas com as outras” (Dahlgren, 2005, p.151). Trata-se de uma espécie de segregação digital (Flaxman *et al.*, 2016; Boutyline & Willer, 2017).

Por outro lado, as mídias sociais permitem uma atuação política individualizada, expressão da cidadania individualizada (Rega, 2013; Bracciale & Rega, 2016). A motivação é o interesse pessoal do indivíduo, que se torna ator de sua própria militância política, uma espécie de *sujeito pessoal* do ativismo digital, sem depender necessariamente de coletivos de ativistas ou de instituições. Em suma, as redes digitais passaram a exercer tanta atração porque se coadunam com as lógicas políticas da *sociedade de indivíduos*, também denominada de *sociedade individualizada* ou *sociedade pós-social*, com a primazia das formas individualizadas de ação política, a exemplo do ativismo do *Facebook* (Mascheroni & Murru, 2017; Choi & Kwon, 2019; Metz *et al.*, 2019).

Como argumenta Dahlgren (2005), a pluralização das esferas públicas multissetoriais não significou necessariamente maior envolvimento político, ou seja, aquelas pessoas que sempre estiveram à margem das discussões políticas continuam como antes. O que houve, na realidade, foi uma intensificação da ação política *online* daqueles que já eram ativos politicamente *off-line*. Essa acentuação do ativismo se manifesta principalmente no campo das chamadas “novas” políticas, “políticas de vida” (Giddens, 2010) ou subpolítica (Beck, 1997). Afinal, o engajamento cívico no *Facebook* replica as tendências existentes no mundo *off-line* (Boulianne, 2015; Brandtzaeg, 2017). Os indivíduos politicamente ativos são os que mais se aproveitam das possibilidades de mobilização do *Facebook*, enquanto os participantes menos politicamente ativos empregam essa rede social principalmente para informações políticas e menos para mobilização. A força mobilizadora do *Facebook* depende, pelo menos em parte, de sua conexão com o mundo *off-line* (Casteltrione, 2016).

No ciberativismo o indivíduo é o ator central, tornando-se ele próprio uma mídia, atuando como uma empresa de informação e opinião – o chamado *quinto poder*. Para Terra (2009, p. 1), “o quinto poder é o internauta, o usuário de internet que ganhou voz, que faz barulho, gera boca-a-boca, que ao mesmo tempo em que pressiona organizações, participa e colabora com conteúdos, informações, opiniões”. Trata-se do uso pessoal da internet como forma individualizada de participação política (Altieri & Cifaldi, 2018), transpondo as lógicas da ação contenciosa para a arena virtual, de modo personalizado e autointeressado, na forma de envolvimento público personalizado (Bennett & Segerberg, 2013; Bennett *et al.*, 2018), também denominado de coenvolvimento (De Blasio & Selva, 2016), regido pela lógica política da “triagem social” (*the politics of social filtering*), ou seja, com base no capital de influência dos interagentes (Willson, 2014).

As lógicas da ação conectiva têm como base principal o compartilhamento *online* de conteúdos personalizados, redefinindo, assim, as formas anteriores de ação política contenciosa, que eram realizadas em grande escala. Agora, o cerne é a ação individual, cuja potência está na sua capacidade de mobilizar outros indivíduos, por meio do contágio da indignação e das críticas, mesmo no caso dos chamados ativistas observadores. O contágio de opiniões e atitudes ocorre em situações e contextos que favorecem a convergência de ideias políticas, a partir de padrões ideológicos socialmente compartilhados. Tal convergência

pode gerar influência por meio do contágio comportamental, com potencial para gerar mobilização *online* e *offline* de pessoas (Carneiro *et al.*, 2017).

Embora, a partir da perspectiva da individualização, seja posta em relevo a ação individual de cada ativista, o contágio coletivo é favorecido pela convergência da ação política orientada pelos *enquadramentos pessoais* que cada indivíduo pode conferir à sua atuação (Bennett & Segerberg, 2013; Bennett & Livingston, 2018). Trata-se do que Bennett e Segerberg (2013) denominam de *quadros de ação pessoal*, ou seja, o ativismo digital movido pelas lógicas da ação conectiva proporciona a indivíduos conferir um “toque pessoal” à sua ação, ressaltando ou enfatizando os aspectos que mais lhe chamaram atenção ou lhe despertaram interesse. Em outras palavras, é possível personalizar a ação conectiva, ao contrário da ação coletiva convencional, em que o indivíduo simplesmente adere à agenda e repertórios de ação do coletivo encarregado da reivindicação, sem possibilidade de individualização. A formação de enquadramentos pessoais na ação conectiva é considerada uma vantagem, um diferencial e um atrativo a mais para os indivíduos.

A ação conectiva, segundo os autores citados, tem como base o compartilhamento de conteúdos personalizados em redes digitais de relacionamento. A lógica de comunicação conectiva torna-se uma aliada e facilitadora da ação conectiva. Os elementos da comunicação personalizada, típicos das mídias sociais, são particularmente importantes no desenvolvimento da ação conectiva em larga escala por favorecerem a rápida leitura, a fácil compreensão e a persuasão política, quando se trata de uma causa comum capaz de motivar a ação individualizada a favor de mobilizações que adquirem sentidos coletivos, a exemplo da adesão individual a manifestos, protestos, denúncias e manifestações públicas. O modelo emergente de ação conectiva aplica-se cada vez mais às sociedades em multirredes, nas quais as organizações formais perdem gradualmente sua influência sobre os indivíduos e os laços de grupo são substituídos por redes digitais fluidas em grande escala, que são mobilizadas a depender das circunstâncias ou da emergência de novas causas.

Ao contrário da ação coletiva tradicional, em que as pessoas podem se sentir frágeis individualmente e necessitam do suporte de uma organização ou entidade, na ação conectiva, o indivíduo se sente empoderado ao perceber que pode agir sozinho e mobilizar outras pessoas, o que ele próprio mensura por meio do número de curtidas, *likes* ou compartilhamentos de suas

opiniões (Bennett & Segerberg, 2013; Bennett & Livingston, 2018). Assim, essa forma de participação se torna automotivadora, pois, ao ser apreciado e compartilhado, significa que foi reconhecido por outras pessoas, o que oferece estímulos para o indivíduo iniciador da ação conectiva continuar agindo assim. Isso significa que a ação conectiva se realiza em rede, envolvendo coprodução e codistribuição de conteúdos, além de um forte componente psicológico que move esse tipo de interação e expressão ativista. As redes de ação caracterizadas por essa lógica podem aumentar rapidamente, em função do efeito bola de neve, produzido pelas redes de relacionamentos virtuais (Bennett & Segerberg, 2013). Afinal, a ação conectiva se utiliza da comunicação disseminativa, com redes distributivas de informação e opinião (Di Felice *et al.*, 2019).

A ação conectiva é exercida de duas formas, segundo a tipologia construída por Di Felice, Roza e Pereira (2019). A primeira é individual e autocentrada, conforme descrito acima e exige apenas a adesão dos demais integrantes da rede, na forma de curtidas, *likes*, retuítes ou compartilhamentos. A segunda, por sua vez, além das características da primeira, é voltada para a mobilização em grande escala, convidando os demais indivíduos de suas redes a ações sincronizadas ao boicote de determinadas marcas ou produtos, à assinatura de uma petição ou protesto *online* ou à divulgação de manifestos pró ou contra determinadas questões.

Apesar de a participação individualizada ser uma forma típica do ativismo no *Facebook*, existe o fenômeno da formação de grupos, que amplia a escala ativista, pois funciona como um palco digital ou como microsferas públicas em rede (Marichal, 2018). O autor caracteriza essa forma de atuação política como microativismo, isto é, como formas individuais de comunicação politicamente orientada que refletem *performances* políticas expressivas de nível micro. Conforme essa abordagem, nem sempre o microativismo é voltado para a mobilização, como nas formas mais tradicionais de ativismo de grande escala, mas isso não invalida seu propósito político. Aliás, a micropolítica recebe cada vez mais atenção nos estudos sobre ativismo digital (Acosta Valencia, 2012).

Nessas práticas de microativismo, os repertórios tecnológicos,¹ típicos da ação conectiva individualizada, são flexíveis e adaptáveis a cada situação

¹ A noção de repertório, formulada por Charles Tilly (2006), ainda hoje é útil para o estudo do ativismo. Trata-se do conjunto de maneiras de fazer política em um dado contexto por certos grupos ou entidades. O repertório “é, então, um conjunto de formas de ação”, privilegiando “a experiência das pessoas em interações conflituosas”, como define Alonso (2012, p.23).

ou contexto, pois são moldados conforme cada momento da ação. Trata-se de processos nos quais os ativistas atuam de acordo com diferentes temporalidades, ajustando suas ações a cada caso específico (Bennett & Segerberg, 2013; Mattoni & Treré, 2014). Assim, os repertórios tecnológicos são inerentes à ação digital (Earl & Kimport, 2011), que consiste em várias formas de interconexões, numa esfera pública que se renova e se reconfigura devido à agência humana (Castañeda, 2018).

O ativismo virtual apresenta duas dimensões às quais os repertórios tecnológicos se adaptam. A primeira se utiliza das mídias sociais de forma instrumental, como suporte para ação no mundo *off-line*, como a convocação para protestos, ocupações, boicotes, pannels, *flashmobs* e similares. A segunda é toda realizada no ambiente virtual, como petições *online*, abaixo-assinados digitais, envio de *e-mails* a autoridades, adesão ao uso generalizado de *hashtags*, entre outras (Van Laer & Van Aelst, 2010).

Outra especificidade dos repertórios de ação digital é o uso de ferramentas e recursos oferecidos pelas tecnologias e estratégias de convergência tecnológica e multimídia. Nesse sentido, os interagentes tanto podem produzir conteúdos próprios como replicar os *posts* pessoais, mas também podem se utilizar de material publicado pelas diversas mídias. No segundo caso, a tática mais utilizada compreende recortes e enquadramentos seletivos, que estejam de acordo com os propósitos da ação conectiva em curso. Nessa lógica, fotografias, vídeos, reportagens, entrevistas, declarações de autoridades e outros elementos podem ser editados, com montagens e o uso de elementos visuais que contribuem para favorecer a ação desejada pelos atores. Além disso, há outros recursos como os *memes*, *gifs* e animações (Abreu & Leite, 2016).

No caso da ação conectiva, Pavesi & Valentim (2019) classificam como *repertórios afetivos* as estratégias argumentativas acionadas pelos interagentes nos casos do debate de temas políticos envolvidos em controvérsias, reforçando a estreita relação entre emoção, política e internet. Os repertórios afetivos são utilizados para expressar ódio, indignação, raiva, decepção, satisfação, contentamento entre outros afetos e sentimentos. Esses repertórios

são heterogêneos, dinâmicos e erráticos em suas trajetórias [...] são os quadros de sentido que ancoram e justificam as agências afetivas dos sujeitos. É a razão afetiva que legitima certas expressões humorais e emocionais numa coletividade imediata (Pavesi & Valentim, 2019, p. 109).

Os *repertórios afetivos* estão integrados aos *circuitos de afetos* existentes na sociedade, ancorados em normas sociais, valores sociais e crenças morais (Safatle, 2016). São esses circuitos que favorecem a coesão social ou a divisão, a cooperação ou a competição, a depender de quais circuitos são adotados pelos indivíduos no momento das interações *online*. Conforme a configuração das lutas discursivas, pode haver polarização política, discursos de ódio, desejo de vingança, desqualificação dos adversários ou outras formas de corporificação dos afetos nas interações sociais. Percebe-se, assim, uma articulação direta entre a noção de repertórios tecnológicos e ação conectiva individualizada.

Estratégias metodológicas

A pesquisa foi realizada em duas etapas complementares: observação sistemática do campo digital e entrevistas abertas *online*. A observação sistemática do campo digital teve como objetivo analisar como ocorrem os ativismos no ambiente virtual, por meio do acompanhamento das atividades de interação política no *Facebook*. A fase de observação incluiu um número maior de cidadãos, totalizando 82 sujeitos, a fim de maior entendimento sobre a atuação no *campo online*, ou seja, os universos digitais que servem de cenário para as militâncias e ativismos (Miskolci, 2017). Desse total de 82 sujeitos observados, foram identificados três perfis predominantes de cidadãos ativistas: (a) críticos da direita; (b) críticos da esquerda; (c) críticos de todos os espectros ideológicos da política, com predomínio de “a” e “b”.

O propósito principal da observação foi coletar informações e impressões sobre as dinâmicas de atuação de interagentes, com registros no diário de campo *online*. Com base na observação, foram selecionados 30 dos cidadãos observados na primeira fase (do total de 82) – aqueles que se mantiveram mais assíduos e persistentes como ativistas digitais, com atuação regular. Foram excluídas, portanto, aqueles que se manifestavam esporadicamente e os que deixaram de se manifestar ao longo do tempo.

A fase de observação das interações no ambiente virtual foi focada na análise das práticas de interagentes durante um ano (2019). Barajas e Carreño (2019, p.134) entendem essa forma de pesquisa como um método “*para el análisis de las prácticas sociales y la producción de significados a través de una mediación tecnológica*”. Para as autoras, os espaços digitais apresentam

várias possibilidades de interação, o que torna a internet um dispositivo relevante para o estudo de práticas sociais contemporâneas. Vários autores ressaltam a relevância dos estudos em ambientes digitais (Horst & Miller, 2020; Miller, 2018; Hine, 2017a, b; Pink, 2016; Roberts *et al.*, 2016). Todos esses autores ressaltam a crescente digitalização das práticas sociais e a necessidade de compreendê-las como fontes para a pesquisa social na atualidade (Miskolci, 2017; Leitão & Gomes, 2018).

Tais práticas são socialmente construídas, com base nas possibilidades e limitações do ciberespaço (Rocha & Eckert, 2016; Castillo-Torres *et al.*, 2019). Trata-se de um campo emergente de pesquisa, marcado por complexidade, realidades híbridas, novas formas de mediação entre observador e observados, novos rituais interativos e *performances* discursivas, exigindo mais atenção de pesquisadores (Boellstorff, 2012; Plesner & Phillips, 2014).

Denominado de *campo online*, os universos digitais interessam muito como objeto de pesquisa em razão das teias e redes de interação que se constituem nos ambientes virtuais (Ferraz, 2019; Pereira & Mendes, 2020). Esse novo trabalho de campo insere-se em uma perspectiva de pesquisa situada em vários cenários e ambientes, requerendo uma forma de *observação acompanhante on/off* (Miskolci, 2017).

Os trabalhos de campo *online*, na visão de Leitão e Gomes (2018), exigem sensibilidades específicas da parte de pesquisadores. As autoras destacam três formas específicas dessas sensibilidades para o trabalho de campo em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões. No primeiro caso, destacam-se formas de observação exploratória, com o objetivo de compreender como ocorrem os fluxos e trocas de informações. No segundo caso, a pesquisa exige mais capacidade de sistematização, a partir dos rastreamentos de espaços, atores e suas interações. O terceiro requer maior profundidade, com imersões mais densas e prolongadas, a fim de possibilitar maior reflexão sobre as atividades no campo *online*. Em todo o processo de pesquisa destaca-se a observação como técnica, com um papel ativo do pesquisador, especialmente na construção das categorias analíticas (Castillo-Torres *et al.*, 2019).

No caso em estudo, o trabalho consistiu, inicialmente, na observação de como se davam as interações sobre política no *Facebook*. Essa fase inicial – a entrada no campo – durou quatro meses (janeiro a abril de 2019) e compreendeu a observação de 82 perfis individuais no *Facebook*. Os

critérios para a escolha de perfis levaram em conta os seguintes aspectos: nível de atividade e frequência de postagens, grau de compartilhamentos e comentários; a existência de uma rede de “amizades” com trocas argumentativas igualmente frequentes; a presença de “amizades” com visões divergentes; variedade de posições políticas das pessoas observadas. Inicialmente, a média semanal de postagens era de quatro *posts* próprios, oito compartilhamentos e dez comentários.

Levou-se em conta, ainda, na etapa inicial de entrada no campo digital, aspectos como sexo (38 mulheres e 44 homens); faixa etária entre 18 e 60 anos; cerca de 40% com ensino médio, 40% com curso superior e 20% com pós-graduação. Além disso, atentou-se para a diversidade regional, com perfis de todas as cinco regiões geográficas. Essa fase resultou em registros no diário de campo eletrônico, com as percepções do observador sobre as dinâmicas de interação e coleta de informações, com *prints* das postagens e transcrições dos comentários.

Em seguida, já com algumas observações sistematizadas no diário de campo, passou-se para uma etapa de observação participante, que incluiu a atuação do pesquisador, envolvendo algumas interações com as pessoas observadas, mas com o cuidado de não fazer juízo de valor nos comentários. Essa segunda etapa durou oito meses (maio a dezembro de 2019). O propósito principal aqui foi coletar informações e impressões sobre a dinâmica de atuação de interagentes.

Nessa etapa foram selecionados 30 entre os perfis observados na primeira fase, os que se mantiveram mais assíduos como ativistas digitais. Entre os 82 iniciais vários desistiram ao longo do tempo, inclusive com mensagens de despedida, alegando cansaço dos debates e problemas para gerenciar as amizades em razão das divergências políticas decorrentes do ambiente de polarização extrema. A média de postagens semanal na segunda fase passou para dois *posts* próprios, três compartilhamentos e cinco comentários.

A última etapa da pesquisa incluiu 30 entrevistas, sendo 15 homens e 15 mulheres, na faixa etária de 30 a 50 anos, com escolaridade superior e com média similar quanto às atividades em rede, número de seguidores superior a cem, residentes em capitais e cidades médias das cinco regiões geográficas do país. Cada informante foi convidado individualmente, por meio de mensagem *in box*, com uma breve descrição dos objetivos da pesquisa. Houve alguns casos de hostilidade e desconfiança, o que nos motivou a fornecer

explicações mais detalhadas sobre o objetivo da pesquisa, a garantia de total anonimato dos informantes e dados sobre o perfil do pesquisador, com *links* para conferência pelo próprio entrevistado (*link* para acesso ao currículo Lattes e para a página do curso de pós-graduação ao qual o pesquisador estava vinculado). Isso ajudou a amenizar as desconfianças e reações hostis.

As entrevistas foram realizadas de forma *online*, no período de abril a agosto de 2019. Cada pessoa entrevistada, ao emitir seu consentimento, indicou sua preferência, ou seja, entrevista por chamada de áudio, de vídeo ou por escrito, com agendamento prévio. Assim, temos: 17 entrevistas via registro de áudio, 10 por escrito e 03 por vídeo, totalizando 30 pessoas entrevistadas. Em alguns casos, as entrevistas ocorreram em várias etapas, conforme o transcurso das interações e o consentimento dos informantes. Em razão disso, as conversas não seguiram um roteiro fechado e padronizado. Foram entrevistas abertas, moldadas pelo transcurso das conversas e da disponibilidade dos informantes.

Convém mencionar, ainda, a título de contextualização, que os temas mais discutidos ao longo do período da pesquisa estavam relacionados aos embates entre adeptos do lulo-petismo e os partidários do bolsonarismo. Os primeiros fazendo críticas à atuação de Bolsonaro, de seus ministros e de suas declarações, enquanto o segundo grupo defendia o novo presidente e todas as suas medidas e seus aliados, ao mesmo tempo em que desqualificavam os cidadãos ativistas chamados por eles como “petralhas”.

Análise: razões militantes e características do ativismo

A observação das interações no ambiente virtual e as entrevistas mostram que o ativismo digital individualizado no *Facebook* apresenta algumas características, tais como: empoderamento individual dos interagentes, narcisismo cognitivo, reciprocidade cognitiva, conforme exposto no Quadro 1.

A tipologia construída é resultado da observação da atuação dos interagentes. O processo de construção das categorias resultou das duas primeiras etapas da observação. Trata-se de um trabalho interpretativo, como preconiza Gebera (2008). Além disso, esse esforço de construir as categorias a partir da observação enquadra-se na concepção de que existe um papel ativo por parte de quem faz etnografia (Castillo-Torres *et al.*, 2019).

A partir da análise continuada das dinâmicas de interação, chegamos a um inventário de cinco categorias consideradas mais relevantes. Para tanto, foram desprezadas ações ou estratégias isoladas e esporádicas. Priorizamos as categorias que se repetiam com mais frequência e se apresentaram aos olhos do observador como típicas de um repertório propriamente dito.

Quadro 1. Características do ativismo digital no *Facebook*

	Características do ativismo digital
1	Empoderamento individual
2	Narcisismo cognitivo
3	Reciprocidade cognitiva
4	Usos e gratificações
5	Reforço do capital social

Fonte: Elaboração própria, 2021.

A sensação de empoderamento individual das pessoas aqui observadas e consultadas motiva interagentes a postar, comentar e compartilhar conteúdos, motivados pela lógica dos usos e gratificações. O empoderamento consiste em permitir à pessoa atuar livremente como produtora de mensagens pessoais ou ainda como agente da disseminação seletiva de informações, conforme o contexto ou escopo do debate com a participação de outras pessoas de sua rede de relações virtuais (Lapa, 2015).

No contexto digital, o empoderamento individual é visto ainda como resultado de processo pelo qual as pessoas desenvolvem suas capacidades e habilidades expressivas, aperfeiçoando sua destreza quanto ao acesso a informações acerca dos temas de interesse pessoal. Esse processo envolve ainda a liberdade de escolha dos canais e serviços informativos, a liberdade de escolha de seus interlocutores, a decisão de continuar ou interromper as interações. Tudo isso contribui para capitalizar seus recursos cognitivos e a habilidade para articular suas próprias narrativas, o que se traduz em maior intensidade de seu poder de conexão, de seu poder de agência e de seu poder de palavra nas plataformas digitais (Fortunati, 2014).

Tal sensação decorre principalmente do poder de conexão de usuários de plataformas digitais, mediante as tantas possibilidades de informação, compartilhamento e interação com outras pessoas que atuam de forma

interconectada no contexto de multirredes. Tudo isso confere a interagentes a sensação de liberdade e de autonomia expressivas, em interações aparentemente horizontalizadas, sem hierarquias rígidas e sem controles acerca do que e como dizer e de com quem interagir (Barros *et al.*, 2021).

Conforme abordado na primeira parte do texto, a individualização desse tipo de ação política é potencializada pelos *enquadramentos pessoais* acionados em cada situação (Bennett & Segerberg, 2013; Bennett & Livingston, 2018). Afinal, conforme abordado anteriormente, nos regimes de ação conectiva, a sensação de empoderamento individual pode ser mensurada pelo volume e intensidade das reações de interagentes, por meio de curtidas, *likes* ou compartilhamentos de suas opiniões (Bennett & Segerberg, 2013; Bennett & Livingston, 2018).

Embora se trate de um fenômeno individualizado, favorecido pela potencialização dos quadramentos pessoais, há elementos relacionais que não podem ser desprezados, ampliando a ação da escala individual para a dimensão coletiva. Há duas lógicas que se combinam e se complementam nesse complexo processo de utilização dos quadramentos pessoais em sistemas interconectados de (inter)ação: a lógica de conexão e a lógica de agregação. A primeira tem como base ações individuais ou coletivas organizadas em rede, que levam à mobilização coletiva de forma sistematizada e durante um período continuado, embora não seja necessariamente permanente, mas com relativa duração. A segunda, por sua vez, reúne pessoas interconectadas que se manifestam a favor ou contra determinadas pautas, mas de forma episódica e fragmentada, sem atuação continuada ou duradoura. São ações instantâneas e rápidas organizadas pelas mídias sociais, a exemplo de *flashmobs*, boicotes e protestos (Breuer & Groshek, 2014; Juris, 2012).

O empoderamento também está no potencial de mobilização em prol de protestos e boicotes ou simplesmente na expressão de repúdio político compartilhada por uma comunidade virtual (Breuer & Groshek, 2014). Percebemos, aqui, a primazia das formas individualizadas de ação política, tanto segundo a lógica da ação conectiva quanto conforme a lógica de agregação, conforme foi exposto anteriormente (Mascheroni & Murru, 2017; Choi & Kwon, 2019; Metz *et al.*, 2019). As mídias sociais permitem uma atuação política individualizada, expressão da *cidadania individualizada* (Rega, 2013; Bracciale & Rega, 2016; Altieri & Cifaldi, 2018). Isso não significa anular o potencial da ação coletiva. Ao contrário, o exercício

individualizado da cidadania pode fortalecer ações coletivas, especialmente no caso de mobilizações nos contextos digitais.

No caso das pessoas entrevistadas, as manifestações relativas ao empoderamento individual podem ser observadas nas seguintes declarações:

- Eu gosto do *Facebook* porque eu posso me expressar da forma que eu quero, no momento que eu posso e usar os recursos que eu achar mais convenientes.
- É como se eu tivesse meu próprio veículo de comunicação, podendo falar com o meu público do meu jeito.
- Quem quiser usar o *Facebook* para se manifestar politicamente tem muitas possibilidades, além de poder atingir várias outras pessoas.
- O *Facebook* hoje é um canal poderoso, acho que até mais do que o jornal e a televisão, pois dá voz a qualquer cidadão que queira botar a boca no trombone.

Como é perceptível nos trechos acima reproduzidos, há vários sinais do empoderamento individual nas manifestações do ativismo digital, inclusive com o uso do “eu” e demais expressões em primeira pessoa. As pessoas entrevistadas enfatizam ainda a sensação de liberdade de expressão ao usar o *Facebook* da forma que lhe convier e as vantagens de alcançar outras e de “falar com o meu público do meu jeito”. Além disso, reconhecem que a plataforma tem maior potencial de alcance do que as mídias convencionais.

Associado ao empoderamento individual está o narcisismo cognitivo, que se expressa sob a forma de ostentação de competência informacional e de conhecimento político. Competência e conhecimento são inter-relacionados e geralmente associados à biografia individual, fruto de esforço e investimento pessoal. Trata-se, portanto, de um capital diretamente vinculado ao narcisismo cognitivo, entendido como o envaidecimento individual resultante da consciência do referido capital (Lasch, 1983; Sibilia, 2008).

O narcisismo é considerado uma das marcas das subjetividades contemporâneas e um sintoma dos tempos atuais de acentuada individualização (Aquino & Assis, 2016; Barbosa *et al.*, 2021; Vasconcellos, 2014; Silveira, 1990). Além de um sintoma, também é considerada uma forma de resistência do eu, diante de um cenário político de desencanto e desalento, e de emergência de várias vulnerabilidades que afetam as personalidades individuais e as identidades de grupos sociais. Em razão

disso, fala-se de “uma ética da sobrevivência narcísica” (Wanderley, 1999, p. 31). Assim, a noção de narcisismo torna-se especialmente fecunda para pensar o mal-estar na atualidade, pois os laços sociais ficam circunscritos ao campo da imagem, especialmente a imagem de si mesmo (Jordão, 2007; Vasconcellos, 2014).

A produção de subjetividades coletivas marcadas pelo narcisismo pode comprometer a cultura democrática, uma vez que dificulta a concepção de uma esfera pública digital “face à exacerbação do narcisismo no debate público sobre questões políticas” (Marzochi & Balieiro, 2021, p. 124). Para os autores, no contexto de debates políticos polarizados nas mídias sociais,

descortina-se um cenário de narcisismo político em que a definição dos interesses gerais e a produção de consenso, por meio da discussão pública, perde espaço para a demarcação de fronteiras identitárias aparentemente intransponíveis. As plataformas digitais, longe de estimular o florescimento de uma “cultura democrática”, revelam-se a materialização algorítmica do pensamento dualista, fragmentado e narcísico presente nos diferentes polos ideológicos e em todas as “bolhas” de opinião política (Marzochi & Balieiro, 2021, p.124).

O narcisismo também é apontado na teoria social “como possibilidade de defesa dos sujeitos e prevalece em sua forma de narcisismo regenerador de subjetividades e de identidades” (Aquino & Assis, 2016, p. 307). Dessa visão resulta a caracterização do narcisismo regenerador como a configuração principal do narcisismo contemporâneo, que é, portanto, defensivo, “uma vez que faz o investimento no próprio ‘eu’ acontecer de modo a resguardar sua sobrevivência diante de ameaças advindas com a violência imposta pelo modo de vida atual” (Barbosa *et al.*, 2021, p. 5).

Nessa ordem de ideias, o *narcisismo defensivo* é visto

não apenas como amor à própria imagem, dentro da dinâmica do prazer-desprazer, mas como um movimento regenerativo, defensivo, em face da violência... O narcisismo moderno, [...], é um narcisismo defensivo, voltado para o investimento do corpo, que se tornou foco de sofrimento e ameaça de morte pela ação da violência (Costa, 1984, p. 177-8).

O narcisismo cognitivo se manifesta nas interações de forma sutil, como uma espécie de envaidecimento pessoal no ato de postar uma informação de primeira mão, surpreendendo os demais amigos, por exemplo. Outra forma

é mostrar que possui acesso a fontes privilegiadas de informação ou que leu determinada obra:

- Divulgando de primeira mão: *Intercept* acaba de divulgar novos vazamentos.
- Um amigo bem próximo conversou diretamente com fontes da Câmara dos Deputados e me disse que ainda não (há?) votos para o governo aprovar a reforma da previdência.

Como se observa nos depoimentos expostos acima, há expressa satisfação de um dos ativistas ao informar aos demais interagentes que se trata de divulgação em primeira mão, o que leva receptores da mensagem a se sentirem privilegiados. A retribuição das demais pessoas participantes de sua rede certamente estimula o referido comportamento. Além disso, percebe-se um certo envaidecimento pessoal pelo fato de afirmar que a informação reproduzida resulta de fontes privilegiadas, devido a seu poder de conexão com fontes próximas ao poder (no caso a Câmara dos Deputados).

A competência informacional, por sua vez, é valorizada principalmente em sua dimensão técnica, indispensável para as pessoas ativas no mundo digital atualmente. Saber manejar todos os recursos e ferramentas digitais contribui para uma boa imagem de si perante as demais pessoas que interagem e compartilham experiências nas mídias sociais (Vitorino; Piantola, 2011; Pérez; Delgado, 2017). Tal atributo foi assinalado por alguns entrevistados:

- Cara, você tem muita competência! Que *post* formidável, caracas!
- Legal ter gente tão capacitada no Face
- Dá gosto ler o que você posta, Fulano! Muito legal mesmo!

Ser considerado pelos pares como um indivíduo apto a lidar com os recursos oferecidos pelas plataformas digitais requer ainda competência estratégica, que se refere às habilidades para manejar recursos de texto, imagens, cores e demais aspectos da comunicação verbal e não-verbal, com o propósito de tornar suas postagens acessíveis aos demais interagentes e visualmente atrativas. Trata-se da combinação de estratégias para compensar “falhas da comunicação devidas a uma limitação na comunicação real” (Franco & Almeida Filho, 2009, p. 7). Nesse quesito um dos entrevistados afirma: “Estou sempre atento às melhores estratégias de divulgação, pois há muita informação na Web”.

A competência informativa no âmbito das mídias digitais, portanto, reúne um conjunto de habilidades, muito além da leitura e da escrita e do uso de estratégias de comunicação verbal e não-verbal, conforme reconhecem os entrevistados. Destacam-se ainda outras modalidades de competência: discursiva, ilocucionária, sociolinguística, estratégica e gerenciamento de imagem pessoal (Franco & Almeida Filho, 2009).

No nível discursivo, destacam-se as habilidades dos interagentes para facilitar a leitura e a compreensão de *posts*, comentários e demais formas de reação às postagens que circulam no ambiente digital. No plano ilocucionário, ressalta-se o uso de recursos linguísticos “para expressar e entender várias funções de linguagem” (Franco & Almeida Filho, 2009, p. 11). A competência sociolinguística, por seu turno, favorece a utilização do ambiente digital de acordo com o contexto político do qual emergem as discussões e reações de interagentes. As estratégias de marketing pessoal, por sua vez, estão relacionadas com formas de se comunicar e de interagir com os demais que acentuam as qualidades positivas da pessoa responsável pelo manejo de seus perfis nas plataformas digitais. Interessa, portanto, ressaltar aspectos como: conhecimento sobre os temas em debate, atitude assertiva, confiança e abertura para o diálogo. Dessa forma, a pessoa busca fortalecer sua identidade pessoal e sua reputação perante as demais que atuam em rede (Sawicki & Storti, 2016). Todos os elementos citados foram observados ao longo da pesquisa de campo *online*, mas sem menção direta pelos entrevistados, em razão da natureza técnica dos referidos elementos.

A competência política, por sua vez, também contribui para a construção de uma boa imagem de si, sob o atributo de um cidadão ou uma cidadã politizada. Isso favorece a aceitação dos demais interagentes que também se interessam pelas pautas políticas. O conhecimento político é apontado como algo indispensável para o exercício da plena cidadania, pois está associado à competência para a convivência democrática, à adesão aos valores democráticos, à habilidade para votar e participar do debate público e dos processos políticos.

Esse conhecimento resulta de muitas variáveis e fatores, como experiência em atividades relacionadas à política, a socialização familiar e escolar, o nível de instrução e a área de formação acadêmica (Barros, 2016; Gomes & Setton, 2016). Em suma, trata-se de um fator indispensável para o desenvolvimento da cultura cívica, da vida comunitária e da própria

existência das democracias (Fuks & Casalecchi, 2019). Quanto à competência política, alguns entrevistados mencionaram que:

- Eu sempre procuro pesquisar antes de escrever nas redes, para não publicar bobagens ou conteúdos sem fundamento.
- É importante ter certeza de que se trata de informação correta para não perder a credibilidade.
- Conhecimento é tudo no mundo de hoje.

Convém ressaltar que a noção de competência política vai além do conhecimento formal em si. Afinal, convém lembrar a relevância dos circuitos de saberes e práticas que fazem parte da vida cotidiana, espaço privilegiado da educação política difusa (Petitat, 2011). Assim, destacam-se: o contexto sociopolítico no qual a pessoa foi socializada, as práticas de militância e ativismo e o acompanhamento do debate público sobre política, inclusive nas mídias sociais. Nessa perspectiva:

O conceito de educação difusa transcende o contexto escolar e se encaixa nas relações sociais cotidianas, orientadas à transmissão de comportamentos, disposições, crenças e competências [...] Isso envolve as relações educativas não especializadas e não regulamentadas, inseridas nas novas dinâmicas de socialização e aprendizagem (Barros, 2016, p. 863).

A educação política difusa converge para a noção de *embedded democracy* (O'Donnell, 2010), que se refere às instâncias, processos e mecanismos variados de socialização política, “que consistem no encaixe das normas e dos elementos que sustentam os sistemas democráticos no plano das relações sociais, capilarizadas nos sistemas sociais, de modo a se encaixar no cotidiano da população” (Barros, 2016, p.863).

A reciprocidade cognitiva, por sua vez, resulta da percepção entre interagentes de que seus interlocutores curtem e compartilham suas opiniões. Trata-se de um fenômeno que decorre do modo como “são interpretadas relações sociais em contextos diversos, especialmente relações de troca social” (Siqueira, 2005, p.84). Assim como as demais formas de reciprocidade, fazem parte do esquema de interação as noções de retribuição entre interagentes, levando um a retribuir a curtida de outra e vice-versa.

“Eu sempre fico atento a quem curte meus *posts* e também procuro retribuir sempre que posso”, explica um dos entrevistados.

A reciprocidade cognitiva implica a existência de condições sociais favoráveis à reciprocidade discursiva, ou seja, “um cenário dialógico em que cada discurso não existe isoladamente, mas se articula a uma trama mais ampla”. Afinal, “fluxos discursivos mais amplos que tomam corpo em diferentes arenas e em diversos momentos” (Mendonça *et al.*, 2014, p.228). Essa dimensão

busca mapear choques mais amplos de discursos. Seu objeto não é, pois, o *post* ou a intenção dialógica do participante, mas a rede discursiva que se pode apreender de determinado fluxo discursivo. Uma análise de reciprocidade discursiva não busca descortinar interpelações entre indivíduos, mas reconstruir uma trama que mostra como determinados discursos se chocam e se respondem (Mendonça *et al.*, 2014, p. 228).

As relações de reciprocidade cognitiva e de reciprocidade discursiva no ambiente digital fortalecem o senso de pertencimento a um grupo (mesmo que virtual) e seus interesses comuns ou pelo menos aparentemente comuns. Tais grupos recebem variadas denominações na literatura, desde comunidades virtuais a conceitos como comunidades de pensamento, comunidades de interesse, comunidades de afeto e comunidades morais (Maireder *et al.*, 2017; Dubois & Blank, 2018).

Tais comunidades, independentemente de sua denominação, mobilizam saberes, mas também emoções e afetos. Ressalta-se, portanto, uma dimensão afetiva nessas relações, expressa na forma de “amizades”, embora virtuais. Trata-se de algo que pode ser considerado como parte dos chamados repertórios afetivos, conforme vimos anteriormente (Pavesi & Valentim, 2019; Safatle, 2016). Eis alguns exemplos de interações com essa característica:

- A lista de absurdos desse governo tá ficando infinita... ainda bem que tenho vc pra me refrescar a memória!
- Parabéns pelo *post*. A lista de absurdos é interminável, mas a sua pequena amostra tá muito boa!
- Eu concordo. Posso compartilhar?
- Claro!

Outro fator relevante observado na pesquisa é o sentimento de gratificação por parte de interagentes mediante o resultado positivo de suas postagens e comentários, o que resulta em grande volume de curtidas. “É muito gratificante ver a repercussão daquilo que você postou entre seus amigos”, conclui um dos entrevistados. Tal sentimento também pode ser entendido como integrante dos repertórios afetivos. Além disso, está vinculado também ao fenômeno do coenvolvimento (De Blasio, 2016; Hoffmann *et al.*, 2017; Segerberg & Walker, 2014; De Jong, 2017).

Convém salientar que há uma expressiva quantidade de estudos que relacionam o uso do *Facebook* com a lógica dos usos e gratificações, ou seja, o uso das mídias sociais se deve à satisfação de necessidades dos indivíduos, gerando recompensas cognitivas e simbólicas (Foregger, 2008; Papacharissi & Mendelson, 2010; Quan-Haase & Young, 2010; Smock *et al.*, 2011; Sheldon *et al.*, 2011; Krasnova, 2013; Peyton, 2013; Seidman, 2013; Papacharissi, 2015; Kwon; Moon; Stefanone, 2015).

Segundo a perspectiva dos usos e gratificações, os indivíduos acessam com frequência determinadas plataformas digitais ou certos repertórios informativos em razão da satisfação de suas necessidades cognitivas, morais e simbólicas. Ademais, a própria natureza relacional de tais plataformas também favorece a lógica dos usos e gratificações. Além dos conteúdos, há indivíduos que desenvolvem o gosto e a satisfação perante a interação frequente com outros usuários das plataformas digitais, os “amigos” virtuais (Barros, 2015).

Os autores acima mencionados ressaltam que essa lógica não é fixa e nem uniforme, variando inclusive no caso dos mesmos indivíduos. A depender do momento, do contexto e da situação, o uso do *Facebook* pode ser recompensado pela satisfação de necessidades como informação, curiosidade, gosto pessoal, senso de pertencimento social, necessidade de atualização e motivações relacionais.

Nas entrevistas, os informantes ressaltaram essa dimensão, argumentando que:

- Toda forma de interação só tem continuidade se for gratificante;
- Quando há pessoas chatas e desagradáveis opinando e criticando eu deixo de ler os comentários e nem dou respostas aos chatos;
- A interação quando é gratificante sempre tem continuidade e ajuda a fortalecer os laços com as pessoas legais.

Quanto ao reforço do capital social, cabe ressaltar que se trata de algo potencializado pelo uso do capital tecnológico-informacional (Freitas, 2002). Convém salientar que se trata de um relevante ingrediente na formação e adensamento da cultura cívica. Em linhas gerais o capital social é entendido como o conjunto de recursos simbólicos que estimulam a criação e o fortalecimento de laços fortes, por meio da confiança mútua, relações de reciprocidade e de confiança. Trata-se de um conjunto de recursos que é adquirido a partir das relações interpessoais e das redes sociais de cooperação e reciprocidade.

No caso em estudo, conforme explicado anteriormente, o reforço do capital social se manifesta pelo capital de influência dos interagentes da rede dos cidadãos ativistas, estimulando o coenvolvimento, ou seja, o envolvimento de outros indivíduos a partir de laços relacionais de pequena escala (Willson, 2014; Hoffmann *et al.*, 2017; De Jong, 2017). Percebe-se, portanto, um reforço do capital social pelo capital de conexão dos interagentes, pois as conexões ampliam as redes de contato de usuários das plataformas digitais, segundo a lógica do capitalismo conexcionista e suas formas de sociabilidade e interação (Casaqui, 2016).

James Coleman (2001) entende o capital social como um patrimônio coletivo, relacionado com os fatores e configurações do contexto em que ele é produzido e aplicado. Isso porque, para o autor, esse tipo de capital é inerente à estrutura das relações interpessoais e intergrupais. Apesar de constituir um recurso individual, o autor considera que se trata de um patrimônio coletivo, pois todo o grupo pode se beneficiar dele, além das pessoas individualmente. Fialho (2008, p. 74) afirma que

o capital social possui três elementos que possibilitam tal interseção: (1) uma dimensão estrutural, composta pelos recursos incrustados na estrutura social; (2) oportunidade de utilização dos recursos, através da acessibilidade aos recursos sociais pelos atores individuais; e (3) mobilização dos recursos pelos indivíduos, determinados pela orientação da ação pretendida.

A noção de capital social apresenta variadas facetas e nuances, pois compreende a capacidade das pessoas para interagir de forma plural, tanto com aquelas que estão ao seu redor, como familiares, colegas de trabalho, vizinhas e amigas, quanto com outras que circulam em diferentes circuitos

relacionais. Assim, as habilidades conexionistas também contribuem para ampliar os fluxos relacionais, incluindo outros indivíduos que estão distantes fisicamente. Nesse sentido, capital social significa também a “capacidade de os indivíduos produzirem suas próprias redes, suas comunidades pessoais” (Azevedo *et al.*, 2015, p. 221).

Nas entrevistas, alguns dos informantes ressaltaram essa dimensão do fortalecimento do capital social, embora com outras palavras:

- Eu gosto muito de cultivar meus contatos e o *Facebook* ajuda muito nisso;
- É importante cultivar as relações, mesmo no ambiente virtual, pois existem pessoas reais do outro lado, que podem nos ajudar em algum momento;
- A vida de hoje é muito dinâmica e dá muitas voltas, o que leva a manter minhas amizades mesmo de forma virtual;
- Já recebi ajuda de amigos do Face para conseguir emprego quando fiquei desempregado.

Percebe-se que o conjunto das características acima examinadas contribui para a formação de uma microesfera pública em rede que opera nos padrões das *comunidades de questões voluntárias (voluntary issue communities)* ou *comunidades de interesse*, as quais se formam e se desfazem espontaneamente, a depender das circunstâncias e especialmente do ciclo de atenção do assunto (Maireder *et al.*, 2017; Flaxman *et al.*, 2016). Isso reforça ainda o efeito de *câmara de eco*, das bolhas ideológicas ou guetos de conteúdos virtuais (Quattrociochi *et al.*, 2016; Dubois & Blank, 2018; Boutyline & Willer, 2017).

Apesar das conhecidas críticas às possíveis bolhas ideológicas ou guetos de opinião política, há estudos que apontam para a natureza plural das comunidades virtuais, devido à heterogeneidade de questões discutidas, à diversidade e à gama de perspectivas argumentativas acionadas pelos atores (Duarte, 2011, p. 23). Segundo o autor, o conceito de comunidades plurais prioriza o conflito em diferentes dimensões: discursiva, ideológica e moral. Afinal, “espaços políticos comuns, singulares e plurais, são espaços diversificados, isto é, não homogêneos [...] nos quais se compartilham interesses comuns e novas formas de atuação e discussão política” (Duarte, 2011, p. 39).

Considerações finais

A análise mostra que existem várias características que se complementam e contribuem para a formação e manutenção de comunidades de interesse e comunidades de pensamento, que são motivadas pela lógica dos usos e gratificações de indivíduos (Maireder *et al.*, 2017). Apesar da pluralidade que caracteriza essas configurações relacionais nos ambientes digitais, as ações militantes e os ativismos *online* contam com fatores que favorecem a convergência de atitudes e comportamentos, seja pelo envolvimento emocional, seja pelo contágio de opinião. Tudo isso favorece a lógica da ação conectiva e a formação de públicos ativistas em rede (Casaqui, 2016; Duarte, 2011; Grieve *et al.*, 2013; Carneiro *et al.*, 2017; Bennett *et al.*, 2018).

No caso em estudo, destacam-se as seguintes características: empoderamento individual, narcisismo cognitivo, reciprocidade cognitiva, usos e gratificações, e reforço do capital social, de modo que uma característica reforça e complementa a outra. O empoderamento individual é favorecido pelo uso personalizado das ferramentas digitais e pelos *quadros de ação pessoal* (Bennett & Segerberg, 2013). Isso significa que o ativismo digital se beneficia das motivações individuais que adquirem configurações ampliadas pelo contágio comportamental. Dessa forma, as lógicas da ação conectiva permitem a personalização, ao mesmo tempo em que mobilizam outros ativistas, formando uma rede de mobilização coletiva, a partir da escala individualizada (Azevedo *et al.*, 2015).

O narcisismo e a reciprocidade no nível cognitivo se complementam, uma vez que se trata de fenômenos típicos dos regimes de subjetivação das sociedades contemporâneas (Aquino & Assis, 2016; Barbosa *et al.*, 2021; Vasconcellos, 2014; Silveira, 1990). Apesar de ser apontado como um possível sintoma das vulnerabilidades dos sujeitos políticos da atualidade, o narcisismo digital também pode ser visto como uma das formas de resistência individual, possibilitando a interagentes das mídias sociais a sensação de empoderamento, alinhada à noção de “uma ética da sobrevivência narcísica” (Wanderley, 1999; Almeida, J., 2018; Jordão, 2007; Vasconcellos, 2014).

O poder de conexão de indivíduos também ativa e fortalece o capital social via ação conectiva, em tempos de vivências *online* cada vez mais intensas. As interações entre ativistas podem fortalecer relações de reciprocidade e de confiança mútua, além de estimular o envolvimento digital, ampliando as

redes relacionais e os espaços coletivos de conversação política, a partir de agendas construídas pelos próprios ativistas (Willson, 2014; Hoffmann *et al.*, 2017; De Jong, 2017).

Assim, os microativismos são favorecidos pelas lógicas conexonistas e suas formas de sociabilidade em rede, permitindo que ações ativistas individualizadas sejam elevadas a escalas maiores, decorrentes do somatório de pequenas ações que se juntam e convergem para mobilizações maiores, alavancados tanto pelas ações ancoradas nos modelos de conexão quanto pelas lógicas de agregação (Casaqui, 2016; Breuer & Groshek, 2014; Juris, 2012). O padrão de ação pautado pelo modelo dos usos e gratificações funciona, portanto, como o elemento que retroalimenta a ação individualizada, permitindo a satisfação de interesses e necessidades simbólicas no nível pessoal, mas motivando e impulsionando a ação conectiva (Bene, 2017; Bennett; Segerberg; Knüpfer, 2018).

Em consonância com a revisão de literatura apresentada anteriormente, percebe-se que militantes virtuais formam um *público em rede*, fluido, líquido e plástico, que adquire cada vez mais consistência no espaço virtual, em que a Internet facilita ao mesmo tempo as conexões e desconexões, a critério dos interagentes. A interação desses públicos é centrada em indivíduos em vez de grupos (Hodkinson, 2017). Afinal, “o ciberespaço é simultaneamente espaço público e privado” (Fernback, 1997, p. 38), regido pela seleção de conteúdos de forma personalizada, afinada com o próprio gosto pessoal (Rosen, 2008).

Nessa lógica de ativismo individualizado, a comunicação é ancorada nas redes individuais e pessoais dos participantes. As ações e expressões ativistas são caracterizadas pela baixa vinculação social, pela flexibilidade da ação e pelo imediatismo da conexão com demais ativistas. Esse público constitui e se mantém por meio de relações e interações de que se formam e se desfazem espontaneamente, sem compromisso com a continuidade, diferentemente das formas tradicionais de ativismo (Flaxman *et al.*, 2016).

A observação sistemática contribuiu para a compreensão de como os recursos inerentes às características das interações são acionados pelas pessoas observadas. Além disso, permitiu-nos examinar como esses elementos são combinados de modo a tornar a ação militante no ambiente digital mais efetiva e consistente. Embora os perfis de pessoas engajadas e militantes seja muito variado, o compartilhamento de modos de atuar com as características

identificadas facilita a ação individualizada em rede em diferentes situações e contextos que se enquadram na perspectiva de microesferas públicas em rede ou de microativismos que se sobressaem pela força do envolvimento emocional (Marichal, 2018). Isso se torna mais evidente nos casos de ativismo digital (Houle, 2011; Heredia, 2013; Acosta Valencia, 2012).

Por fim, convém destacar que a ação militante individualizada na esfera pública digital nos coloca diante de novos desafios para a pesquisa dos fenômenos políticos, além de apresentar desafios para a própria democracia. Diante de um cenário de aumento das tendências de individualização, desinstitucionalização e despartidarização, convém problematizar a relação entre democracia e individualização no contexto político contemporâneo, o que requer mais estudos, especialmente de natureza compreensiva para desvelar esse fenômeno ainda recente.

Referências

- Abreu, Demetrius L. de, & Leite, Jäder F. (2016). Protestos de junho 2013 no Brasil: novos repertórios de confronto. *Revista Polis e Psique*, 6(3), 12-35.
- Acosta Valencia, Gladys Lucia. (2012) Gestión de pasiones y polarización en las redes sociales. Un análisis del aplicativo Grupos en Facebook. *Discurso & Sociedad*, 6(4), 684-719.
- Almeida, Juliana C. (2018). *O reflexo de Narciso nas águas da internet: consumo e narcisismo nas sociabilidades em rede*. Appris.
- Almeida, Raquel de Q. (2018). Fake news: arma potente na batalha de narrativas das eleições 2018. *Ciência e Cultura*, 70(2), 9-12. <http://dx.doi.org/10.21800/2317-66602018000200004>
- Alonso, Angela. (2012). Repertório, segundo Charles Tilly: história de um conceito. *Sociologia & Antropologia*, v.2, n.3, p.21-41, 2012.
- Altheide, David L., & Snow, Robert P. (2019). *Media worlds in the postjournalism era*. Routledge.
- Altieri, Luigia & Cifaldi, Gianmarco. (2018) Big data, privacy and information security in the European Union. *Society & Society Work Review*, 2(1), 56-69.
- Aquino, Alexandre R., & Assis, Maria de F. P. (2016). Narcisismo: subjetividades contemporâneas. *ECOS-Estudos Contemporâneos da Subjetividade*, 6(2), 306-318.

- Azevedo, Livia G.N.G. *et al.* (2015). Experimentação política da amizade em comunidades da internet a partir da teoria dos afetos de Espinosa. *Psicologia USP*, 26(2), 208-220.
- Barajas, Karina B., & Carreño, Noemí P. (2019). Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo onlife. *Virtualis*, 10(18), 134-151.
- Barassi, Veronica. (2016). *Activism on the web: Everyday struggles against digital capitalism*. Routledge.
- Barbosa, Caroline G., Campos, Erico B. V., & Neme, Carmen M. B. (2021). Narcisismo e desamparo: algumas considerações sobre as relações interpessoais na atualidade. *Psicologia USP*, 32, 1-10. <https://doi.org/10.1590/0103-6564e190014>
- Barros, Antonio Teixeira de (2018). Juventude e poder político local: a percepção e o discurso de jovens sobre as eleições municipais de 2016. *Sociedade e Estado*, 33(3), 849-886.
- Barros, Antonio Teixeira de (2016). Educação e legislação: desafios para o aprendizado político e a cultura democrática. *Educação & Sociedade*, 37(136), 861-872.
- Barros, Antonio Teixeira de (2015). O projeto de transparência do Senado Federal: entre a accountability e a propaganda política. *Sociologias*, 17(39), 338-368. <https://doi.org/10.1590/15174522-017003913>
- Barros, Antonio. Teixeira de *et al.* (2021). Do egocasting aos gabinetes digitais: o uso de lives, stories e podcasts pelos deputados federais brasileiros. *Contextualizaciones Latinoamericanas*, 2(25), 7-23.
- Beck, Ulrich (1997). *The reinvention of politics*. Polity Press.
- Bene, Marton. (2017). Influenced by peers: Facebook as an information source for young people. *Social Media + Society*, 3(2), 20-56.
- Bennett, W. Lance, & Livingston, Steven. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European journal of communication*, 33(2), 122-139.
- Bennett, W. Lance, & Segerberg, Alexandra. (2013). *The logic of connective action: digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press.
- Bennett, W. Lance, Segerberg, Alexandra, & Walker, Shawn. (2014). Organization in the crowd: peer production in large-scale networked protests. *Information, Communication & Society*, 17(2), 232-260.

- Bennett, W. Lance, Segerberg, Alexandra, & Knüpfer, Curt B. (2018). The democratic interface: Technology, political organization, and diverging patterns of electoral representation. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1655-1680.
- Boellstorff, Tom. (2012). Rethinking digital anthropology. In H. Horst & D. Miller (ed.), *Digital anthropology* (p. 39-60). Berg Publishers.
- Borba, Julian. (2012). Participação política: uma revisão dos modelos de classificação. *Sociedade e Estado*, 27(2), 263-288. <https://doi.org/10.1590/S0102-69922012000200004>
- Boulianne, Shelley. (2019). Revolution in the making? Social media effects across the globe. *Information, communication & society*, 22(1), 39-54.
- Boutyline, Andrei, & Willer, Robb (2017). The social structure of political echo chambers: Variation in ideological homophily in *online* networks. *Political Psychology*, 38(3), 551-569.
- Bracciale, Rosella, & Rega, Roberta (2016). Political Information on Twitter: #elezioni2013 and the role of gatekeeper citizens. In O. Luego (ed.), *Political communication in times of crisis* (p. 209-226). Logos Verlag.
- Brandtzaeg, Petter B. (2017). Facebook is no “great equalizer”. A big data approach to gender differences in civic engagement across countries. *Social Science Computer Review*, 35(1), 103-125. <https://doi.org/10.1177/0894439315605806>
- Breuer, Anita, & Groshek, Jacob. (2014). *Online media and offline empowerment in post-rebellion Tunisia: An analysis of Internet use during democratic transition*. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(1), 25-44. <http://dx.doi.org/10.1080/19331681.2013.850464>
- Bruns, Axel. (2018). *Gatewatching and news curation: journalism, social media, and the public sphere* (Digital Formations, Vol. 113). Peter Lang.
- Carneiro, Thiago L., Torres, Cláudio V., & Ekman, Joakim (2017). Participação política no Brasil e na Suécia: o papel dos estereótipos e do contágio. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 32(esp.), 1-11. <https://doi.org/10.1590/0102-3772e32ne223>
- Casaqui, Vander (2016). Esboços e projetos da sociedade empreendedora: mundo conexionista, sociabilidade e consumo. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, 23(3), ID22654.
- Castáneda, Marcelo (2018). Repertórios de ação em uma esfera pública interconectada: as campanhas da Avaaz. *Antropolítica*, 1(42). <https://doi.org/10.22409/antropolitica2017.1i42.a47087>

- Casteltrione, Isidoropaolo. (2016). Facebook and political participation: virtuous circle and participation intermediaries. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 7(2), 177-196. https://doi.org/10.1386/iscc.7.2.177_1
- Castillo-Torres, Daniel, Núñez-Pacheco, Rosa, & López-Pérez, Blanca E. (2019). Aportes metodológicos de la etnografía digital latinoamericana basados en World of Warcraft. *Revista Uruguaya de Antropología y Etnografía*, 4(1), 11-23. <https://doi.org/10.29112/ruae.v4.n1.2>.
- Choi, Yeon-Tae, & Kwon, Gyeong-Hoan (2019). New forms of citizen participation using SNS: an empirical approach. *Quality & Quantity*, 53(1), 1-17.
- Coleman, James Samuel. (2001). Capital social y creación de capital humano. *Zona Abierta*, 94, 47-81.
- Colleoni, Elanor, Rozza, Alessandro, & Arvidsson, Adam. (2014). Echo chamber or public sphere? Predicting political orientation and measuring political homophily in Twitter using big data. *Journal of Communication*, 64(2), 317-332. <https://doi.org/10.1111/jcom.12084>
- Costa, Jurandir F. (1984). *Violência e psicanálise*. Graal.
- Dahlgren, Peter (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147-162.
- De Blasio, Emiliana, & Selva, Donatella. (2016). Why choose open government? Motivations for the adoption of open government policies in four European countries. *Policy & Internet*, 8(3), 225-247.
- De Jong, Anna (2017). Rethinking activism. *Social & Cultural Geography*, 18(6), 851-868.
- Di Felice, Massimo, Roza, Erick, & Pereira, Eliete. (2019). *Net-Ativismo: redes digitais e novas práticas de participação*. Papirus.
- Duarte, André (2011). Hannah Arendt e o pensamento 'da' comunidade: notas para o conceito de comunidades plurais. *O que nos faz pensar*, 20(29), 21-40.
- Dubois, Elizabeth, & Blank, Grant (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society*, 21(5), 729-745. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>
- Earl, Jennifer, & Kimport, Katrina (2011). *Digitally enabled social change: activism in the internet age*. The MIT Press, 2011.

- Flaxman, Seth, Goel, Sharad, & Rao, Justin M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and *online* news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(51), 298-320.
- Fernback, Jan (1997). The individual within the collective: virtual ideology and the realization of collective principles. In S. Jones (Ed.), *Virtual culture: identity and communication in cybersociety* (p. 36-50). Sage.
- Ferraz, Claudia P. (2019). A etnografia digital e os fundamentos da antropologia para estudos qualitativos em mídias *online*. *Aurora: Revista de Arte, Mídia e Política*, 12(35), 46-69.
- Fialho, Fabricio M. (2008). As múltiplas definições do capital social. *Revista de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais - BIB*, (65), 71-87.
- Foregger, Sarah K. (2008). *Uses and gratifications of Facebook.com* [Tese de doutorado, Michigan State University].
- Fortunati, Leopoldina (2014). Media between power and empowerment; can we resolve this dilemma? *The Information Society*, 30(3), 169-183.
- Franco, Marilda M. S., & Almeida Filho, José Carlos P. de. (2009). O conceito de competência comunicativa em retrospectiva e perspectiva. *Revista desempenho*, 10(1), 4-22.
- Freitas, Christiana S. de (2002). O capital tecnológico-informacional. *Estudos de Sociologia*, 1(8), 163-183.
- Fuks, Mario, & Casalecchi, Gabriela A. (2019). Expandindo o conceito de competência política: conhecimento político e atitudes democráticas na América Latina. *Revista de Sociologia e Política*, 26(68), 61-74. <https://doi.org/10.1590/1678987318266802>
- Gebera, Osbaldo W. T. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. *Educar*, 42, 81-93.
- Giddens, Anthony (2010). *A política da mudança climática*. Zahar.
- Gomes, Elias E., & Setton, Maria da G. J. (2016). Marketing e educação política: um estudo sobre agentes, estratégias e interpretações da cultura. *Educação & Realidade*, 41, 853-872.
- Grieve, Rachel *et al.* (2013). Face-to-face or Facebook: can social connectedness be derived *online*? *Computers in Human Behavior*, 29(3), 604-609.
- Guess, Andrew, Nagler, Jonathan, & Tucker, Joshua. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), 45-86.

- Heiss, Raffael, Schmuck, Desiree, & Matthes, Jörg (2018). What drives interaction in political actors' Facebook *posts*? Profile and content predictors of user engagement and political actors' reactions. *Information, Communication & Society*, 22(10), 1-17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1445273>
- Hine, Christine (2017a). From virtual ethnography to the embedded, embodied, everyday internet. In L. Hjort *et al.* (Ed.), *The Routledge companion to digital ethnography* (p. 47-54). Routledge.
- Hine, Christine (2017b). Ethnographies of *online* communities and social media: Modes, varieties, affordances. *The Sage handbook of online research methods*, 2, 401-415.
- Hodkinson, Paul. (2017). Bedrooms and beyond: Youth, identity and privacy on social network sites. *New Media & Society*, 19(2), 272-288.
- Hoffmann, Christian Peter, Lutz, Christoph, Müller, Severina, & Meckel, Miriam. (2017). Facebook Escapism and *Online* Political Participation. In: *Proceedings of the 8th International Conference on Social Media & Society*. ACM, p. 41.
- Horst, Heather A., & Miller, Daniel (2020). *Digital anthropology*. Routledge.
- Hostmidia. As 10 Redes Sociais mais usadas no Brasil em 2021. <https://www.hostmidia.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas/>
- Jordão, Alexandre A. (2007). Novas subjetividades: narcisismo defensivo. *Cad. Psicanal.*, 29 (20), 45-62.
- Juris, Jeffrey S. (2012). Reflections on #Occupy Everywhere: social media, public space, and emerging logics of aggregation. *American Ethnologist*, 39(2), 87-09.
- Kalsnes, Bente, & Larsson, Anders O. (2018). Understanding news sharing across social media: Detailing distribution on Facebook and Twitter. *Journalism Studies*, 19(11), 1669-1688.
- Krasnova, Hannah, Wenninger, Helena, Widjaja, Thomas, & Buxmann, Peter. (2013). Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction? In *Proceedings of the 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik*.
- Lapa, Andrea. (2015). Poder e empoderamento na cultura digital. *Em Aberto*, 28(94), 222-227.
- Larsson, Anders O. (2018). "I Shared the News Today, oh Boy" News provision and interaction on Facebook. *Journalism Studies*, 19(1), 43-61.

- Lasch, Christopher. (1983). *A cultura do narcisismo*. Imago.
- Leitão, Débora K.; Gomes, Laura Graziela (2018). Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões. *Antropolítica Revista Contemporânea de Antropologia*, 1(42), 41-65.
- Maireder, Axel, Weeks, Brian E.; Gil de Zúñiga, Homero, & Schlögl, Stephan. (2017). Big data and political social networks: Introducing audience diversity and communication connector bridging measures in social network theory. *Social Science Computer Review*, 35(1), 126-141.
- Marichal, José. (2018). *Facebook democracy: The architecture of disclosure and the threat to public life*. Taylor & Francis.
- Marzochi, Samira F., & Balieiro, Fernando de F. (2021). Muralha de espelhos: o narcisismo político nas plataformas digitais. *Revista Brasileira de Sociologia-RBS*, 9(23), 121-148.
- Mascheroni, Giovanna, & Murru, Maria Francesca. (2017). "I Can Share Politics But I Don't Discuss It": Everyday Practices of Political Talk on Facebook. *Social Media+ Society*, 3(4), 205-217.
- Mattoni, Alice, & Treré, Emiliano (2014). Media practices, mediation processes, and mediatization in the study of social movements. *Communication Theory*, 24(3), 252-271.
- Mendonça, Ricardo F., Freitas, Fernando V., & Oliveira, Wesley Matheus (2014). Reciprocidade discursiva, enquadramento e deliberação: a consulta pública sobre reforma política da ALMG. *Análise Social*, 49(211), 244-271.
- Mezzomo, Frank Antonio, Dos Anjos, Brandon L., & Pataro, Cristina S. (2020). Os usos do Facebook em campanhas eleitorais. *Compolítica*, 10(2), 109-136.
- Metz, Manon; Kruike-meier, Sanne, & Lecheler, Sophie. (2019). Personalization of politics on Facebook: examining the content and effects of professional, emotional and private self-personalization. *Information, Communication & Society*, 23(10).
- Miller, Daniel (2018). *Digital Anthropology*. Cambridge Encyclopedia of Anthropology. <http://doi.org/10.29164/18digital>
- Miskolci, Richard (2017). *Desejos digitais*, Autêntica Editora.
- Mitoto, Isabele B.; Massuchin, Michele G., & Carvalho, Fernanda C. (2017). Debate político-eleitoral no Facebook: os comentários do público em posts jornalísticos na eleição presidencial de 2014. *Opinião Pública*, 23(2), 459-484.

- Murta, Felipe *et al.* (2017). Eleições e mídias sociais: Interação e participação no Facebook durante a campanha para a Câmara dos Deputados em 2014. *Compolítica*, 7(1), 47-72.
- O'Donnell, Guillermo. (2010). *Democracy, agency, and the state: theory with comparative intent*. Oxford Studies in Democratization. Oxford Academic.
- Papacharissi, Zizi. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Papacharissi, Zizi, & Mendelson, Andrew. (2010). Toward a new (er) sociability: uses, gratifications and social capital on Facebook. In S. Papathanassopoulos. *Media perspectives for the 21st century* (p. 212-230). Routledge.
- Pavesi, Patrícia P. & Valentim, Julio (2019). Emoção e polarização nas e pelas redes digitais: a gestão de repertórios afetivos por públicos em rede. *Sinais: Revista de Ciências Sociais*, 2(23), 98-127.
- Pereira, Samira Cristina S., & Mendes, Sérgio P. C. (2020). Um debate sobre o campo *online* e a etnografia virtual. *Revista Digital de Tecnologias Cognitivas*, 21, 196-212.
- Pérez, Maria Amor, & Delgado, Águeda (2017). Da competência digital e audiovisual à competência midiática: dimensões e indicadores. *Lumina*, 11(1).
- Petit, André. (2011). Educação difusa e relação social. *Educação & Realidade*, 36(2), 365-377.
- Peyton, Tamara. (2013). Emotion to Action? Deconstructing the ontological politics of the “like” button. In T. Benski, & E. Fisher. *Internet and Emotions* (p. 127-142). Routledge.
- Plesner, Ursula, & Phillips, Louise (2014). *Researching virtual worlds: Methodologies for studying emergent practices*. Routledge.
- Pink, Sarah (2016). Digital ethnography. In S. Kubitschko, & A. Kaun. *Innovative Methods in Media and Communication Research* (p. 161-165). Palgrave MacMillan Cham.
- Pond, Philip; Lewis, Jeff (2019). Riots and Twitter: connective politics, social media and framing discourses in the digital public sphere. *Information, Communication & Society*, 22(2), 213-231.
- Quan-Haase, Anabel, & Young, Alyson. L. (2010). Uses and gratifications of social media: A comparison of Facebook and instant messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 350-361.

- Quattrociocchi, Walter, Scala, Antonio, & Sunstein, Cass R. (2016). Echo chambers on Facebook. The Social Science Research Network. Havard University. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2795110>
- Ranchordás, Sofia. (2017). Digital agoras: democratic legitimacy, *online* participation and the case of Uber-petitions. *The Theory and Practice of Legislation*, 5(1), 31-54.
- Rega, Rossella. (2013). Culture partecipative e nuovo engagement. *Sociologia della comunicazione*, 46, 131-149.
- Ribeiro, Edinaldo, Borba, Julian, & Hansen, Jaqueline. (2019). Internet e ativismo político na América Latina e Caribe: Recursos individuais e oportunidades de acesso. *Civitas*, 19(1), 261-280. <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2019.1.30332>
- Roberts, Steven *et al.* (Eds.). (2016). *Digital methods for social science: An interdisciplinary guide to research innovation*. Palgrave MacMillan.
- Rocha, Ana Luiza C., & Eckert, Cornelia (2016). Antropologia em outras linguagens: considerações para uma etnografia hipertextual. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 31(90), 71-85.
- Rocha, Leonardo C., & Braga, Sergio S.. (2015). Novas mídias e partidos políticos: ação política das instituições partidárias brasileiras na internet. *Anuário Unesco / Metodista de Comunicação Regional*, 17(17), 209-221.
- Rosen, Christine. (2008). The Age of Egocasting. *The New Atlantis*, 7, 51-72.
- Safatle, Vladimir (2016). *O circuito dos afetos: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo*. Cosac & Naif.
- Sawicki, Danieli P., & Storti, Adriana T. (2016). Marketing pessoal e marca pessoal: um olhar teórico sobre a importância e principais conceitos. *Perspectiva*, 40(150), 27-38.
- Sibilia, Paula. (2008). *O show do Eu. A intimidade como espetáculo*. Nova Fronteira.
- Silveira, Paulo (1990). Narcisismo: sintoma social? *Tempo Social*, 2(2), 129-144.
- Silveira, Sergio A. (2010). Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. *Revista Usp*, 86, 28-39.
- Sheldon, Kennon M., & Abad, Neetu, & Hinsch, Christian. (2011). A two-process view of Facebook use and relatedness need-satisfaction: Disconnection drives use, and connection rewards it. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(4), 766-775.

- Siqueira, Mirlene Maria. M. (2005). Esquema mental de reciprocidade e influências sobre afetividade no trabalho. *Estudos de Psicologia*, 10(1), 83-93.
- Smock, Andrew D., Ellison, Nicole B., Lampe, Cliff, & Wohn, Donghee Y. (2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2322-2329.
- Terra, Carolina F. (2017). Do broadcast ao socialcast: apontamentos sobre a cauda longa da influência digital, os microinfluenciadores. *Communicare*, 17(Esp.), 80-101.
- Terra, Carolina F. (2009). Usuário-mídia: o quinto poder. Um estudo sobre as influências do internauta na comunicação organizacional. *Anais do 3º Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas–Abrapcorp, III*. São Paulo, 12 a 15 de outubro de 2009.
- Tilly, Charles (2006). *Regimes and repertoires*. University of Chicago Press.
- Toepfl, Florian. (2018). From connective to collective action: internet elections as a digital tool to centralize and formalize protest in Russia. *Information, Communication & Society*, 21(4), 531-547.
- Van Laer, Jeroen & Van Aelst, Peter (2010). Internet and social movement action repertoires: Opportunities and limitations. *Information, Communication & Society*, 13(8), 1146-1171.
- Vasconcellos, Maria Cristina G. (2014). Narciso à procura de sua imagem no espelho: algumas reflexões sobre o narcisismo na atualidade. *Rev. Psicanal*, 21(3), 661-674.
- Vitorino, Elizete V., & Piantola, Daniela. (2011). Dimensões da competência informacional. *Ciência da Informação*, 40(1), 99-110.
- Vromen, Ariadne, Loader, Brian D., Xenos, Michael A., & Bailo, Francesco (2016). Everyday making through Facebook engagement: Young citizens' political interactions in Australia, the United Kingdom and the United States. *Political Studies*, 64(3), 513-533.
- Wanderley, Alexandre A. R. (1999). Narcisismo contemporâneo: uma abordagem laschiana. *Physis: Revista de Saúde Coletiva*, 9(2), 31-47.
- Williams, Hywell T. P., McMurray, James, R., Kurz, Tim, & Lambert, F. Hugo. (2015). Network analysis reveals open forums and echo chambers in social media discussions of climate change. *Global Environmental Change*, 32, 126-138.

Willson, Michele. (2014). The politics of social filtering. *Convergence*, 20(2), 218-232.

Zuckerberg, Randi. (2010). Accidental activists: Using Facebook to drive change. *Journal of International Affairs*, 64(1), 177-180.

Recebido: 31 jan. 2022.
Aceite final: 23 set. 2022.



Licenciado sob uma [Licença Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)