Manifestações e Protestos no Brasil: a Força das Redes Sociais *Online*[1]

Jane A. Marques[2]
Camila Maciel Cardoso[3]
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Os indivíduos gastam muito mais tempo envolvidos com os meios de comunicação do que há algumas décadas, e isso tem ocasionado constantes mudanças nas formas de trabalho, lazer ou mesmo nas atividades cotidianas, sejam estas particulares e/ou coletivo-sociais. Este trabalho apresenta breve estudo sobre as redes sociais digitais e sua importância para as manifestações no Brasil. Por meio de uma pesquisa exploratória, com amostra não probabilística, pôde-se perceber que houve acompanhamento dos protestos pelas redes sociais *on-line*, no entanto, isso não garante envolvimento dessas pessoas com o movimento, nem é possível aferir a influência dessas redes nessas manifestações.

PALAVRAS-CHAVE: Brasil; democracia; manifestações; redes sociais *on line*.

INTRODUÇÃO

Os atos de comunicação vêm se alterando ao longo dos anos, especialmente, pelas constantes mudanças decorrentes dos avanços tecnológicos, que possibilitam aos indivíduos que têm acesso a essas ferramentas – como a Internet –, estar em perfeita sintonia com movimentos em tempo real (WOLTON, 2003). A *Internet* e a *web* 2.0 favoreceram a criação de novos canais de comunicação e interação entre sociedade civil e a esfera política (SAMPAIO, 2010).

Cabe destacar que a democratização da Internet vem alterando em boa parte as relações, aproximando os sujeitos que estão distantes fisicamente. Segundo Castells (2006), ao mesmo tempo em que a Internet se ampliou, as redes sociais virtuais surgiram, facilitando os contatos entre as pessoas apesar da crescente individualidade, e porque não dizer isolamento, que caracteriza os indivíduos na sociedade atual. Uma vida conectada à *media* gera a oportunidade de criar várias versões de si mesmo e dos outros (DEUZE, 2011). Atualmente milhares de pessoas conectadas às redes de comunicação conseguem participar dessas inovações e do desenvolvimento social e cultural (WOLTON, 2003; DELLINGHAUSEN et al., 2012).

[1] Trabalho apresentado no GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA USP, Professora do Programa de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte da USP e do curso de Graduação em Marketing da EACH-USP, e-mail: janemarq@usp.br.
[3] Discente do curso de Bacharelado em Marketing da EACH-USP: camila.maciel.cardoso@usp.br

Já nas redes sociais pode-se observar a quebra de hierarquias, valorizam-se as relações informais, e essa forma de estrutura ganha força nas mais diferentes organizações. Apesar de as relações estabelecidas nas redes serem mais informais, elas garantem grande poder de interação com o Estado e a sociedade (MARTELETO, 2001).

Com base nessa abordagem, este trabalho visa trazer à luz conceitos de convergência e conversação mediada pelo computador, ambos os conceitos atrelados a uma pesquisa quantitativa, buscando compreender a importância das redes sociais e das redes sociais *online* nas manifestações e protestos democráticos que estão ocorrendo no Brasil.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste trabalho adotou-se pesquisa exploratória, por meio de levantamentos bibliográficos pertinentes ao tema delimitado, bem como a aplicação de um questionário estruturado. Segundo Piovesan e Temporini (1995), "define-se pesquisa exploratória, na qualidade de parte integrante da pesquisa principal, como o estudo preliminar realizado com a finalidade de melhor adequar o instrumento de medida à realidade que se pretende conhecer". Este artigo adotou as técnicas de coleta de informações: pesquisa bibliográfica e documental e se utilizou da técnica de entrevistas pessoais com aplicação de questionário estruturado entre os dias 2 e 9 de julho de 2013, hospedado de forma *online* no seguinte endereço eletrônico: https://docs.google.com/forms/d/1KTbwaweU1k1huKA7hkE5uzIIEBO31ji55ZMFJWm7Zvc/viewform. A pesquisa foi divulgada pelo Facebook para as pessoas com os quais as autoras tinham contato e solicitaram compartilhamentos. Não se teve a pretensão de alcançar informantes como um perfil previamente definido. O perfil dos respondentes está apresentado na análise dos dados deste artigo, coletados na pesquisa empírica.

REFERENCIAL TEÓRICO

Convergência da Mídia

No século XX ocorreu o ápice da evolução dos *media*, quando aconteceram mudanças no processo comunicativo como um todo e, em consequência, na interação social. A *internet*, no final do século XX e início do século XXI tornou-se um espaço de convergência (CASTELLS, 2006; SANTANA, 2010).

Jenkins (2004, p. 34) afirma que "*media convergence is more than simply a technological shift. Convergence alters the relationship between existing technologies, industries, markets, genres and audiences*[4]". Vive-se uma era da informação atrelada à tecnologia (CASTELLS, 2006), em que a proliferação de canais de comunicação e a portabilidade têm modificado as relações humanas. Um celular hoje não serve apenas para fazer ligações telefônicas, mas oferece oportunidades para participar de jogos, fazer *download* de informações, enviar fotos, usar as redes sociais, entre muitas outras funções. Todas essas funções e alterações no meio midiático têm mudado a forma nos padrões de propriedade da mídia (WOLTON, 2003). Uma pessoa pode estar conversando com alguém em um *chat*, enquanto escreve um *e-mail*, faz *download* de fotos, compartilha conteúdo, concomitantemente, mostrando como a convergência midiática transformou o modo como consumimos os *media*. A convergência ocorre dentro dos mesmos lugares, dos mesmos aparelhos, e até dentro dos cérebros dos usuários (JENKINS, 2004).

Levy (1997) nomeia de "*collective intelligence*" a forma como se dá a coleta de informações em grande escala e as atividades que surgem nas comunidades *web*. Esse autor afirma, ainda, que as pessoas utilizam o espaço da Internet para compartilhar suas metas e objetivos e seus conhecimentos individuais, já que ninguém sabe tudo e ninguém conhece todo o mundo. Segundo Levy (1997), o novo conhecimento cultural se baseia nos velhos laços quebrados de comunidade, na diminuição dos nossos enraizamentos, na alteração do núcleo familiar e nas redefinições das fronteiras nacionais. Porém, novas formas de comunidade estão surgindo, definidas por associações voluntárias, temporárias e táticas, e estas são mantidas através de produção mútua de intercâmbio de conhecimentos (JENKINS, 2004).

Redes sociais e a comunicação mediada pelo computador

O advento da comunicação mediada pelo computador mudou drasticamente o modo como as pessoas se comunicam, como são formados os agrupamentos sociais, e as novas formas de identificação e construção dos sujeitos. Isso fez surgir ferramentas para viabilizar a comunicação mediada pelo computador, por exemplo, os *site*s de redes sociais, que permitem que os novos atores sociais sejam identificados, e nos quais são construídos novos laços, estabelecendo o capital social (RECUERO, 2009).

[4] Tradução livre das autoras: "Convergência de mídias é mais do que simplesmente uma mudança tecnológica. Convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e audiências."

O conceito de redes não é novo, mas somente nos últimos anos ele se apresenta com a promessa de uma nova forma de organização global enraizada na participação individual (MARTELETO, 2001). Marteleto define rede como um sistema de elos, uma estrutura sem limites, uma comunidade sem localização física estabelecida. "A rede social, derivando deste conceito, passa a representar um conjunto de participantes autonômos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados" (MARTELETO, 2001, p.72).

Os estudos de teorias das redes iniciaram-se na década de 50. As redes são sistemas de conexões e relações, mas nem toda rede pode ser considerada como rede social. As que assim são consideradas não são fenômenos novos, o que é novo é a adaptação do conceito ao mundo da Internet e dos *softwares* sociais. Pode-se estender o conceito de rede às formações de laços e pertencimento; na *web*, as redes sociais possuem formas de personalização e manutenção desses laços primários, o usuário constrói um perfil público, ou parcialmente público, e realiza conexões entre os outros integrantes (TERRA, 2011; SANTANA, 2010).

Para Recuero (2010, *apud* SANTANA, 2010) não se pode confundir rede social com o espaço na *web* em que as pessoas realizam o compartilhamento de ideias e conteúdos. Como o próprio termo diz, trata-se de uma rede formada por pessoas, as conexões entre esses sujeitos são otimizadas com o rompimento das barreiras de tempo e espaço permitido pela Internet (SANTANA, 2010).

Mídia social pode ser definida, segundo Terra (2011), como aquela usada pelos atores sociais através de tecnologias na *web* com o objetivo de compartilhar opiniões, experiências, ideias e perspectivas. Esse tipo de mídia se tornou o espaço da busca de sentido e pertencimento, por meio da produção e espaço também para coocriação, em paralelo ao acúmulo de ideias para a construção da autoidentidade. Ela não pode ser vista como algo totalmente dissociado, pois é parte intrínseca da vida humana. Em geral, nas análises de redes sociais observa-se o conjunto de relações estabelecidas entre os indivíduos e não os seus próprios atributos individuais (MARTELETO, 2001; DEUZE, 2011).

As características que definem um *site* de rede social são: criação de um perfil público ou semipúblico em uma determinada plataforma, relação com uma lista de conexões (pública ou semipública) e a chance de ver e navegar através dessas conexões disponíveis no *site*. Essa ferramenta também é usada para ampliar o acesso aos valores sociais, como a visibilidade em um determinado grupo (RECUERO, 2012, p. 2).

É importante compreender que a mediação das relações e da comunicação oferece novas possibilidades, até então inexistentes: além da mudança de capital social e de possibilidades que são oferecidas, as redes sociais estão disponíveis em *sites*, ou seja, a mediação não é mais a mesma (RECUERO, 2012 - 2).

Hall (1999, *apud* FRAGOSO, 2008) defende que as identidades vão se tornando desvinculadas de tempos, lugares, histórias e tradições quanto mais a vida social dos sujeitos é mediada pelos sistemas de comunicação interligados de forma global, pelo mercado global de lugares e imagens e pelas imagens de mídia (FRAGOSO, 2008).

As interações nos ambientes *online*, voltadas à promoção de contato social, podem ser divididas didaticamente em três formas. A primeira seria motivada por interesse ou finalidade específica, por exemplo, tem-se o *LinkedIn* que relaciona diretamente com a noção de "segundo lugar", como os locais de trabalho. Outra forma seria a dos sistemas que promovem modos de socialização menos vocacionais como aqueles de conversas, nos quais o essencial é o contato entre participantes, tais como MSN, Google Talk ou Skype e Sistemas de Rede Social como Facebook e Google+. O terceiro ambiente social seriam os espaços de jogos, cuja intenção primeira é o entretenimento.

> [...] as diferentes vocações dos ambientes sociais *online* implicam variações do que é esperado e aceitável em cada um deles, promovendo algumas nuances de interação, reprimindo outras e, consequentemente, potencializando tipos distintos de integração e associação (FRAGOSO, 2008, p. 41).

A mediação das relações sociais pelo computador apresenta impactos importantes para os atores sociais. Há novas formas de convivência e de "publicização" (RECUERO, 2012, p. 2, p. 598) da vida pessoal, em especial, com o surgimento dos *site*s de redes sociais. As plataformas em que ocorrem as transações entre os grupos sociais não são as redes, entretanto, elas são construídas sob essa plataforma (RECUERO, 2012, p. 2).

A grande diferença entre sistemas que permitem outras formas de comunicação mediada pelo computador e as redes sociais é que nos últimos é possível uma articulação entre as redes sociais estabelecidas fora do ciberespaço, nesse grupo se enquadrariam *site*s como Facebook, Twitter, Fotolog, entre outros (RECUERO, 2009).

As novas formas de ser social nesse espaço virtual levam a diferentes impactos na sociedade contemporânea, essas práticas dependem das limitações oferecidas pelas ferramentas (RECUERO, 2012). As redes sociais possuem características semelhantes:

> [...] essas características e sua apropriação são capazes de delinear redes, trazer informações sobre sentimentos coletivos, tendências e intenções de grandes grupos de pessoas. São essas conversas públicas e coletivas que hoje influenciam a cultura,

> constroem fenômenos e espalham informações e memes, debatem e organizam protestos, criticam e acompanham ações políticas e públicas. É nessa conversação em rede que nossa cultura está sendo interpretada e reconstruída (RECUERO, 2012, p.17-18).

A comunicação mediada pelo computador, muitas vezes, é uma forma de apropriação da linguagem verbal. Em algumas ferramentas, a unidade temporal tem o "apoio" do processo de linkagem, em que os autores dos textos se conectam entre si e de modo a que não se perca o diálogo. É o exemplo do *Retweet* (RT) no Twitter e a marcação de pessoas em diálogos públicos no Facebook. No ciberespaço, a conversação é um processo complexo, múltiplo e multimodal[5] (RECUERO, 2012).

O contexto é essencial para se compreender a dimensão da conversação no ciberespaço, ele pode ser explicado a partir de três elementos: o lugar, que envolve a situação espaço-temporal, o objetivo da interação e os participantes (RECUERO, 2012).

Recuero (2012) também propõe que o contexto seja visto por duas perspectivas, o microcontexto (momento da interação, ambiente, participantes e objetivos) e o macrocontexto (ambiente histórico, social e cultural, as experiências dos grupos e o histórico das interações anteriores).

No Twitter, por exemplo, se faz o uso da @ para direcionar a mensagem para algum perfil e o uso do # (*hashtag*) para determinado assunto, o que agora pode ser usado também no Facebook. Esses marcadores acabam por ser também uma forma de organizar as conversas. Algumas #(*hashtags*) surgem para marcar ou mobilizar macrocontextos (RECUERO, 2012). Por exemplo, #ogiganteacordou, utilizado nas manifestações de 2013.

As conversações em redes sociais *online* são diferentes das conversações digitais, pois são capazes de "navegar" entre as conexões das redes e de se espalharem por outros grupos. Os *site*s de rede social potencializam esse efeito, pois possuem ferramentas específicas para conversação. Nos *site*s de redes sociais, as conversações migram entre as redes e, dessa forma, diferentes grupos podem acessar a informação. Algumas conversas são guiadas por meio de compartilhamento ou por marcação de outros participantes ou por meio do uso do *hashtag*. O mais interessante desse tipo de conversação é o "espalhamento entre grupos sociais pelas conexões entre os indivíduos" (RECUERO, 2012, p.127).

[5] Multimodalidade refere-se às formas possíveis de interfaces utilizadas na conversação: áudios, gestos, visão, etc. (RECUERO, 2012).

Democracia e *internet*

Lycarião e Sampaio (2010), com base na proposta de Teorell (2006, *apud* LYCARÃO; SAMPAIO, 2010), apresentam três formatos de participação política baseados em três grandes modelos de democracia: responsivo, participativo e deliberativo. O primeiro grande formato seria através da tentativa de influência, os cidadãos não têm papel decisivo nos resultados políticos, mas apresentam suas preferências com a ideia de influenciar os resultados. A condição de falar e de ser ouvido é um direito democrático essencial, ou seja, pelo menos sem poder intervir pelo voto um sujeito não é um cidadão completo (LYCARÃO; SAMPAIO, 2010).

A segunda forma de participação seria semelhante à primeira, porém, de forma mais ampliada, pois considera que há formas de participação política fora do sistema tradicional. Na teoria da democracia participativa a existência de instituições representativas em nível nacional não é suficiente, precisa existir o máximo de participação social. Os cidadãos se tornam capazes de lidar com os problemas da sociedade e de participar ativamente, isso reduz a distância entre os cidadãos e o governo. O terceiro formato de participação é a discussão política, nesse sentido as decisões políticas seriam tomadas com base no diálogo entre as partes, a formação de opinião e a vontade pública precederiam a tomada de decisão; nesse caso o poder público deve garantir que todas as partes sejam ouvidas no processo e os argumentos de todos os lados sejam levados em conta (LYCARÃO; SAMPAIO, 2010).

De acordo com Maia (2007, *apud* LYRARÃO; SAMPAIO, 2010), a Internet pode ser usada para a construção de identidades coletivas, mas nesse caso não se pode falar exclusivamente em participação política, há outras formas de construção de identidade. Há pessoas que se especializam em autorrepresentações na *web*; outras em divulgar informações sobre condições de determinados locais e buscar melhorias, quando esses processos geram mobilização, pode-se ver que houve efetividade em termos políticos do uso da *internet*.

Outra forma seria usar a *web* como cenário para discussão pública, para alterar os padrões atuais de diálogo político e para aumentar a visibilidade desse tipo de discussão que somente é efetiva quando os argumentos mobilizados na *web* e na esfera pública geram resposta política (LYCARÃO; SAMPAIO, 2010).

A terceira forma de uso da *internet* estaria dentro de uma lógica que incluísse ativismo político e compartilhamento de poder, muito mais intensa que as duas primeiras,

essa situação é mais rara, são poucos os casos efetivos desse modelo de participação pela Internet. Porém, pode-se destacar as petições *online* que atingem muitas pessoas. Uma organização que tem trabalhado nisso atualmente é a Avaaz (http://www.avaaz.org/po/index.php), cuja missão é mobilizar as pessoas para construir uma ligação entre o mundo em que vivemos e o em que queremos viver (LYCARÃO; SAMPAIO, 2010). Um exemplo atual é a mobilização pelo *impeachment* do presidente do senado, Renan Calheiros que, até o dia 04 de julho de 2013, às 21h07, tinha 1.576.332[6] de assinaturas *online*.

Assim, para que uma democracia funcione bem há a necessidade de várias formas de participação política, sejam individuais ou formas de associação cívica.

> As políticas democráticas devem facilitar o envolvimento dos cidadãos, forjar consenso político pelo diálogo, desenhar e implementar políticas públicas, assegurando que todos os indivíduos se beneficiem das riquezas produzidas pela coletividade (LYCARÃO; SAMPAIO, 2010, p. 98).

A Internet também pode contribuir para a formação de cidadãos mais bem informados, além de permitir que estes produzam e repliquem informação. Ela pode também ser transmitida de forma diferente dos canais convencionais de comunicação como a TV e o rádio, principais mídias de massa no Brasil. Nessa lógica, a Internet altera a forma como a informação é transmitida (SAMPAIO, 2010).

> [...] não é possível negar que há um gigantesco aumento nas possibilidades de interações com outros indivíduos, que não precisam estar mais limitadas geográfica e temporalmente, o que tem grande potencial para as discussões políticas e deliberações informais, elementos valorizados nas teorias democráticas mais recentes (SAMPAIO, 2010, p.19).

Apesar de muitos autores apresentarem a Internet como boa ou como má, o fato é que não se pode ignorar o papel dos avanços dos meios de comunicação e por derivação os avanços democráticos que vêm ocorrendo (SAMPAIO, 2010), conforme abordado a seguir.

Revolução Árabe e revolução no Brasil

A chamada Revolução Árabe começou na Tunísia e depois se estendeu para o Egito e atingiu diversos países de regimes ditatoriais. O grande ponto em comum foi o uso das ferramentas da Internet, em especial as redes sociais como Facebook e Twitter. A Internet apoiou a articulação e repercussão do movimento, inclusive a sensibilização de vários

[6] Para mais informações, acessar o *site* Aavaz.org. Petições da Comunidade. Disponível em: <http://www.avaaz.org/po/petition/Impeachment_do_Presidente_do_Senado_Renan_Calheiros/?slideshow>.

países fora das regiões de conflito, mas não foi a causa do movimento, pois a raiz da Revolução estava no desgaste dos regimes totalitários na região. A rede é vulnerável – no Egito, Mubarak a desligou por cinco dias – e, ainda assim, isso não impediu que o povo saísse às ruas. As redes sociais acabam por ser uma ferramenta de apoio, geram economia e permitem grande repercussão (EVANGELISTA, 2011).

Da mesma forma, as mobilizações no Brasil não são explicadas apenas pelas redes *online*, mas pelas redes sociais presenciais, conforme destaca Castells (2013), em entrevista concedida ao jornalista Maurício Meireles:

> [...] um movimento contra a corrupção e a arrogância dos políticos, em defesa da dignidade e dos direitos humanos — aí incluído o transporte. Os movimentos recentes colocam a dignidade e a democracia como meta, mais do que o combate à pobreza. É um protesto democrático e moral, como a maioria dos outros recentes.

Em trecho dessa entrevista Maurício Meireles pergunta **"**protestos convocados pela Internet nunca tinham reunido tantas pessoas no Brasil. Qual a diferença entre a convocação que funciona e a que não tem sucesso?" E Castells responde "[...] o meio não é a mensagem. Tudo depende do impacto que uma mensagem tem na consciência de muitas pessoas. As mídias sociais só permitem a distribuição viral de qualquer mensagem e o acompanhamento da ação coletiva." Tendo em mente esse entendimento e percepção, disponibilizou-se o questionário online, cujos resultados estão apresentados a seguir.

ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA EMPÍRICA

A amostra foi composta por 362 pessoas, 311 delas do estado de São Paulo, 9 de Minas Gerais e 15 brasileiros que residem no exterior. A distribuição por gênero é de pouco mais da metade de mulheres (57,4%) e o restante (42,6%) de homens. A maioria (73,7%) dos respondentes possui até 23 anos de idade.

Tabela 1: Faixa etária dos respondentes

Idade	Frequência (%)	Frequência Acumulada (%)
Até 18 anos	8,2%	8,2%
19 a 23 anos	65,5%	73,7%
24 a 28 anos	15,8%	89,5%
29 a 33 anos	5,1%	94,6%
Mais de 34 anos	5,4%	100,0%

Do total respondentes, 70% são estudantes e/ou estagiários, sendo 27% da área de Ciências Humanas e 19% de Ciências Exatas e da Terra.

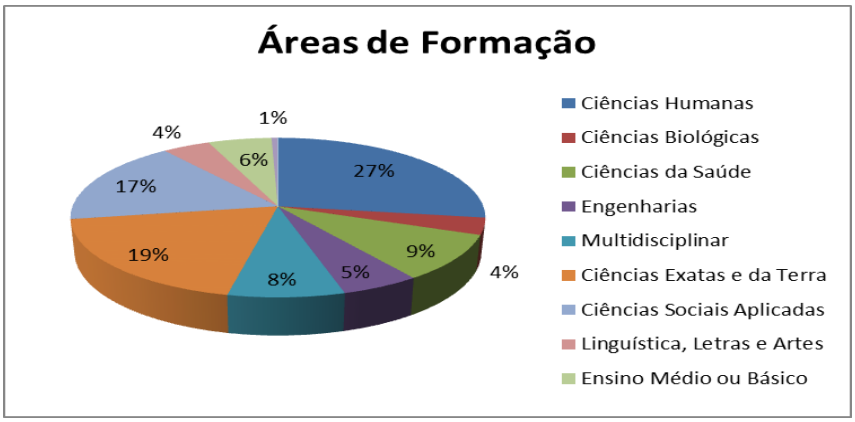

Figura 1: Áreas de Formação dos respondentes

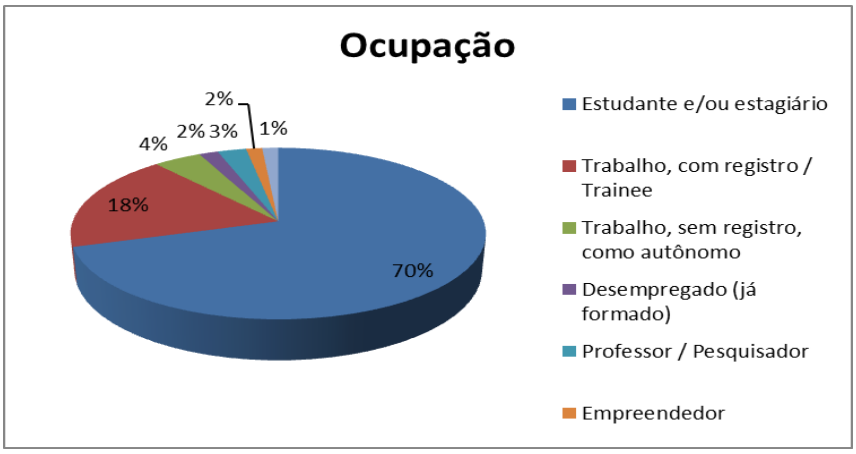

Figura 2: Principal ocupação dos respondentes

Para garantir que os internautas que acessaram o questionário atendessem ao perfil esperado foram utilizadas duas perguntas filtro, a saber: "Você ficou sabendo das manifestações e dos protestos que ocorreram e ainda estão ocorrendo no Brasil?" e "Você acompanhou (de alguma forma) as manifestações?".

Uma das formas utilizadas para tentar compreender a influência das redes sociais foi verificar de qual(is) forma(s) os respondentes tomaram cohecimento das manifestações. Pôde-se observar que quase a totalidade dos respondentes (90,9%) utilizou as redes sociais como fonte de informação para saber sobre os protestos e manifestações (figura 3), seguidos de televisão e internet, com 69,3% e 68,8% respectivamente. Isso mostra que a mídia ainda é a principal fonte de informação para o público jovem. Do total de respondentes, 62,7% manifestaram ter entrado em contato com essa informação pelos amigos e/ou pela família, e apenas 28,2% mencionaram a escola, o que causa estranhamento, pois a maioria (70%) dos respondentes são estudantes universitários e, por

estarem em período letivo, poderiam ter conversado a esse respeito com os colegas e/ou professores.

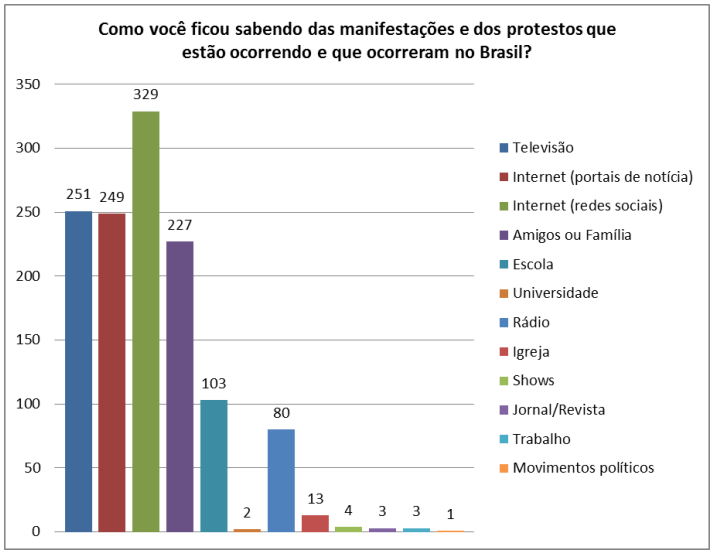

Figura 3: Como ficou sabendo das manifestações e dos protestos

A maioria (93%) também afirmou ter acompanhado as manifestações pelas redes sociais, seguida pela internet (80,4%) e pela televisão (76,0%). Somente 8,6% manifestaram ter acompanhado o movimento diretamente nas ruas.

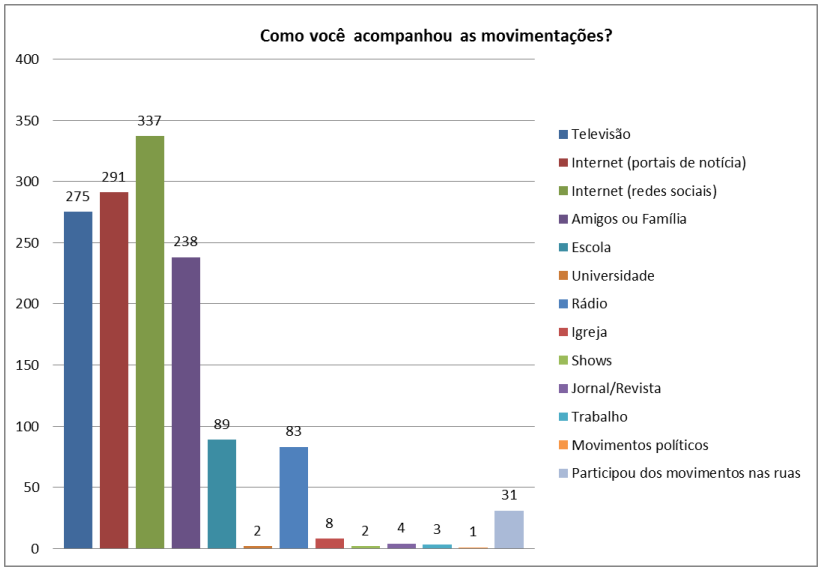

Figura 4: Como os respondentes acompanharam as manifestações

Quando perguntado aos respondentes como acessaram as informações, 33% citaram que acessaram/leram informações e compartilharam com sua rede de contatos, mostrando a influência das redes sociais durante o processo. No entanto, há mais pessoas (43%) que mencionaram ter acessado/lido, mas não postaram comentários.

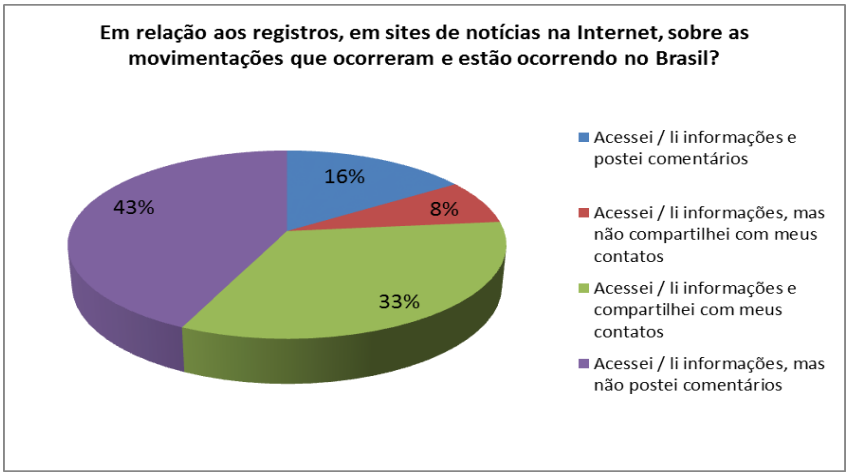

Figura 5: Formas de registro nas redes sociais

Também foi perguntado sobre o procedimento dos respondentes ao receberem as informações nas redes sociais: 24% disseram receber e compartilhar informações com seus contatos, e 16% disseram ter postado informações/comentários e verificaram que tiveram vários compartilhamentos.

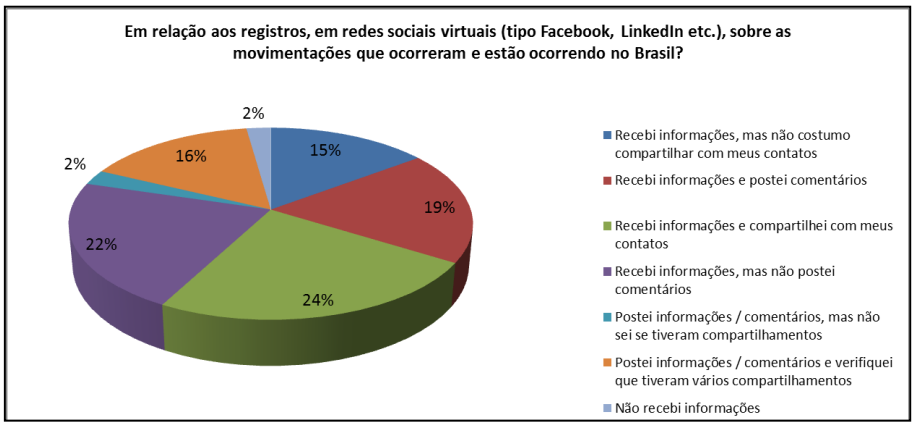

Figura 6: Tipo de acesso/registro nas redes sociais

É interessante também notar que 96% afirmaram ter sido convidados para participar de alguma manifestação via rede social, enquanto 53% dos entrevistados disseram ter participado efetivamente das manifestações presencialmente, o que contradiz em parte o resultado apresentado na figura 4: apenas 8,6% manifestaram acompanhar o movimento nas ruas. A partir desses resultados, embora seja uma amostra não probabilística, pode-se perceber que houve influência das redes sociais na organização das movimentações.

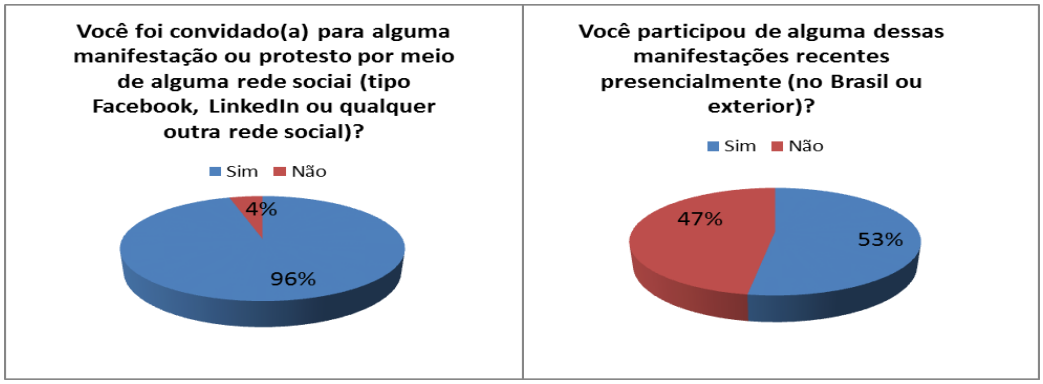

Figura 7: Percentual de respondentes que participaram de manifestações ou protestos por meio de redes sociais e de que participaram presencialmente

Para conhecer melhor o perfil dos respondentes, perguntou-se qual a relação deles com alguns movimentos sociais, políticos e/ou acadêmicos. Pôde-se observar que são poucos os que participam ativamente desses movimentos, apesar de muitos serem simpatizantes. Os grupos que obtiveram menor adesão (mesmo como simpatizantes) foram os partidos e associações políticos, e os grupos/comunidades religiosas (igreja).

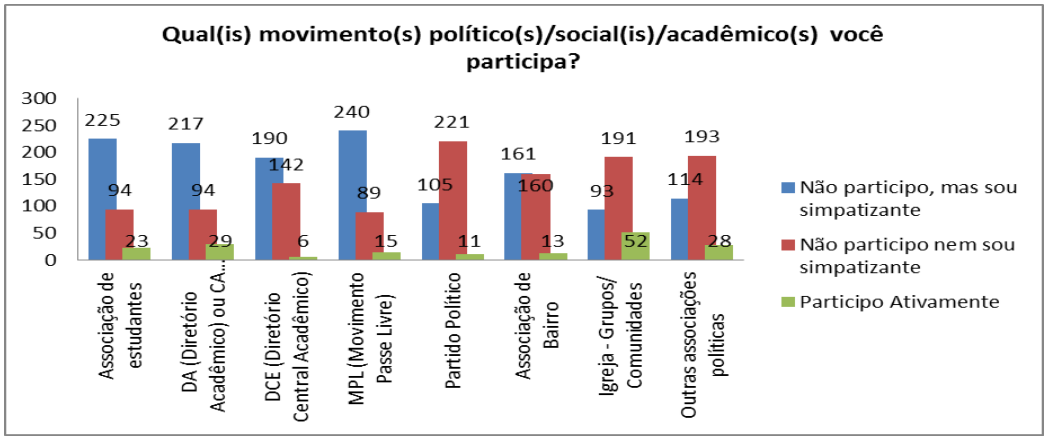

Figura 8: Movimentos políticos / sociais / acadêmicos que os respondentes participam

Por fim, praticamente todos os respondentes (99%) afirmaram que as redes sociais tiveram importante papel nas manifestações e protestos no Brasil.

Figura 9: Percepção sobre a influência das redes sociais nas manifestações que ocorreram no país

Havia um espaço para que os respondentes pudessem apresentar sua opinião sobre as manifestações na internet. Dos 95 respondentes (26,2% do total) que responderam a essa questão, cerca de 60 delas disseram que as redes sociais *online* contribuíram para que o movimento nas ruas, as manifestações e os protestos no Brasil ganhassem força. Além disso, citaram que essas plataformas contribuíram para organização das movimentações.

> As manifestações são extremamente compartilhadas pela Internet, e essa [mídia] é essencial para promoção dos protestos, e é também essencial para convencer a população a participar ou deixar de participar (Mulher, 24 anos, estudante, moradora de São José dos Campos, SP).

> As redes sociais foram de fundamental importância para que jovens pudessem se organizar, marcando pontos e horários de encontro das manifestações, e para que esse momento histórico fosse noticiado em todo o Brasil e no mundo (Mulher, 20 anos, estudante, moradora de São Paulo, SP).

> Já participei de muitas manifestações de rua. Mas esse ano foi diferente desde o começo. Imagino que o Facebook [FB] contribuiu para isso, uma vez que o MPL fez uma grande divulgação nessa rede social antes de começarem de fato as manifestações. Depois, com a repercussão na mídia convencional, o FB ajudou no compartilhamento de informações entre os próprios manifestantes, o que contribuiu para o avanço dessa luta (Homem, educador de museu, 23 anos, morador de São Paulo, SP).

Aproximadamente 40 respondentes indicaram que as redes contribuíram para uma rápida divulgação de informações, possibilitando o compartilhamento de informações e opiniões, bem como de uma posição "não manipulada" pela grande mídia, destacando o caráter democrático da Internet. Para muitos dos respondentes os *sites* de redes sociais contribuíram para que os pontos de vista fossem expressos de modo menos filtrado, pois muitos deles estiveram nas manifestações, alguns tiraram fotos e/ou gravaram seus próprios vídeos. Além dos amigos e de outras conexões da rede, que compartilharam informações e pontos de visão sobre os acontecimentos, mais confiáveis que a mídia em geral.

> As manifestações na internet ajudaram, e muito, as manifestações nas ruas, porque a força desse meio de comunicação é gigantesca. Nessa era digital, acredito que quase tudo seja feito via Internet, e com as manifestações recentes não foi diferente, pela Internet foi possível marcar manifestações, debater os lados da mesma, dar força para que o movimento não acabasse... a Internet foi o diferencial dessas manifestações! Além de poder revelar o outro lado da moeda, não apenas os vídeos e matérias que a mídia televisiva mostra, foi possível acessar diversos vídeos sobre os fatos, mostrando não só a parte boa da manifestação, como o excesso de policiais escondido em muitas matérias da TV! (Mulher, 23 anos, estudante de direito, moradora do Rio de Janeiro, RJ)

Por outro lado, cerca de 20 entrevistados apontaram a divulgação de informações errôneas, falsas ou tendenciosas, pois a partir do momento em que a maioria das pessoas pode ter acesso a esses meios, há liberdade para que diversos tipos de conversação sejam estabelecidos, de diferentes grupos, por exemplo, religiosos, políticos, estudantes,

professores, etc. Aproximadamente 25 respondentes apontaram que grande parte das manifestações nas redes sociais é um efeito de "moda", do tipo "se as conexões falam sobre isso eu também tenho que falar", é como se fosse a agenda do dia, outros também citaram que parte dos manifestantes estava indo às ruas sem compromisso, e depois postava uma foto se apresentando como "socialmente aceitável" diante das conexões.

> A Internet enquanto meio de difusão de informações é incrível, mas os brasileiros, em sua maioria, ainda não sabem como lidar com elas. Isto fica claro pela quantidade de informações falsas, conflitantes e de postagens e compartilhamentos rasos, tendenciosos, fora do perfil de manifestação engajada, politizada, articulada e com agenda definida. O sujeito senso comum, até então alheio à organização política de esquerda, e não se reconhecendo como tal, encontra um local perfeito para dar vazão à sua angústia e necessidade de ação, mas infelizmente ainda não tem muito o que dizer. Além disso, a ação virtual muitas vezes demove as pessoas da necessidade de construir ações concretas no mundo real, nas ruas, pois a sensação imperativa é a de que compartilhar uma frase sobre manifestações no facebook já é o suficiente (Homem, 26 anos, envolvido com projetos educativos, morador de Santo André, SP).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na pesquisa empírica pôde-se verificar que as redes sociais *online* tiveram influência na organização das manifestações, mas ainda é cedo para afirmar a real participação destas no movimento como um todo. Mesmo sendo uma pesquisa não representativa, apurou-se que as redes sociais foram importantes ao movimento como um todo pela instantaneidade das informações disponibilizadas. De acordo com os respondentes, as redes sociais influenciaram as manifestações, pois o que a pesquisa buscou avaliar foi a participação nos protestos via redes sociais, mas pode-se considerar como limitação o fato de grande parte da amostra ser de moradores de São Paulo, cidade onde ocorreram muitas manifestações e uma das primeiras capitais a reunir tantas pessoas. Além disso, grande parte da amostra é formada por jovens, público que, em geral, fica conectado à rede muitas horas do dia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AVAAZ – AVAAZ – QUEM SOMOS. **O que fazemos**. Disponível em: <http://www.avaaz.org/po/about.php>. Acesso em: 04 jul. 2013.

CASTELLS, M. Inovação, liberdade e poder na era da informação. *In*: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

_____. **Impeachment do Presidente do Senado**: Renan Calheiros. Petições da Comunidade. Disponível em: <http://www.avaaz.org/po/petition/Impeachment_do_Presidente_do_Senado_Renan_Calheiros/?slideshow>. Acesso em: 04 jul. 2013.

_____. 'O povo não vai se cansar de protestar': depoimento. Entrevista concedida a Maurício Meireles. **O Globo**, 29 jun. 2013. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/pais/manuel-castells-povo-nao-vai-se-cansar-de-protestar-8860333>. Acesso em: 01 jul. 2013.

DELLINGHAUSEN, C.N.; MONDO, T.S.; COSTA, J.I.P. Beleza em 140 caracteres: um estudo sobre o comportamento do consumidor de cosméticos brasileiros no twitter. *Revista de Negócios*, v.

17, n.1, 2012. Disponível em: <http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/2086/1981>. Acesso em: 07 ago. 2012.

DEUZE, M. Media Life. Media, Culture & Society, v.33, n.1, p.137-148, jan. 2011. Disponível em: <http://mcs.sagepub.com/content/33/1/137>. Acesso em: 12 mar. 2013.

EVANGELISTA, R. Ferramentas da *internet* se mostram importantes na organização de manifestações políticas. Ciência e Cultura, v.63, n.2, São Paulo, abr. 2011. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252011000200007&script=sci_arttext>. Acesso em: 01 jul. 2013.

FRAGOSO, S. Games online como terceiros lugares. Revista Fronteiras, v. 10, n. 1, p. 36-45, jan./abr. 2008. Disponível em: < http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/fronteiras/article/view/5785/5243>. Acesso em: 16 out. 2012.

JENKINS, H. The cultural logic of media convergence. *International journal of cultural studies*, v. 7, n. 1, p. 33-43, mar.2004 Disponível em: <http://eng1131adaptations.pbworks.com/f/Jenkins,+Henry++-+The+Cultural+Logic+of+Media+Convergence.pdf>. Acesso em: 20 mar.2013.

LEVY, P. **Collective Intelligence**. Cambridge: Perseus, 1997.

LYCARIÃO, D.; SAMPAIO, R.C. Sociedade civil *online*: diferentes usos da *internet* para fomentar a participação política**. Revista Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 11, n. 25, p. 97-106, maio/ago. 2010. Disponível em: <http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/comunicacao?dd99=issue&dd0=264>. Acesso em: 04 jul. 2013.

MARTELETO, R.M. Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência de informação. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001. Disponível em: < http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2013.

PIOVESAN, Armando; TEMPORINI, Edméa Rita. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. **Rev. Saúde Pública** [online], v. 29, n. 4, 1995, p. 318-325. Disponível em: <http://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S0034-89101995000400010&script=sci_arttext>. Acesso em: 7 abr. 2010.

RECUERO, R. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na *internet*. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 38, p. 118-128, abr. 2009. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5309/3879>. Acesso em: 08 mai. 2013.

_____. O capital social em rede: como as redes sociais na *internet* estão gerando novas formas de capital social. **Contemporânea – comunicação e cultura**, v. 10, n. 3, p. 597-617, set.-dez. 2012. Disponível em: <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6295/4671>. Acesso em: 20 mar. 2013.

_____. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na *Internet*. Porto Alegre, RS: Editora Sulina, 2012.

SAMPAIO, R.C. Participação política e os potenciais democráticos da *internet*. **Revista Debates**, Porto Alegre, v.4, n.1, p. 29-53, jan./jun. 2010. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/debates/article/view/12430/8297>. Acesso em 02 jul. 2013.

SANTANA, C.L.S. e. No principio era a rede: o Orkut e o Colheita Feliz. SBGames, IX, 2010, Florianópolis. *In*: **Anais...** Florianópolis: SBGames, 2010, p. 143-151. Disponível em: <http://www.sbgames.org/papers/sbgames10/culture/full/full16.pdf>. Acesso em: 10 set. 2012.

TERRA, Carolina Frazon. O que as organizações precisam fazer para serem bem vistas nas mídias sociais sob a ótica da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas. V ABRAPCORP 2011: redes sociais, comunicação, organizações. *In*: **Anais...** Disponível em: <http://www.abrapcorp.org.br/anais2011/trabalhos/trabalho_carolina.pdf> Acesso em: 25 set. 2012.

WOLTON, D. **Internet e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre, RS: Sulina, 2003.