

#VempraRua: O poder das Redes Sociais como espaços de mobilização e rejeição às mídias tradicionais nos protestos do Brasil¹

Ana Maria de Sousa Pereira²

Resumo

O mês de junho de 2013 foi marcado por uma série de protestos por todo país. Frases como “O Gigante Acordou”, “Vem pra Rua” e tantas outras viraram símbolos que marcaram a força da voz de milhares de pessoas que saíram das redes sociais (*Facebook* e *Twitter*) e foram até as ruas para protestar contra diversas reivindicações. Ditadora do que o público merece assistir, a mídia tradicional, em especial a televisão passou a ser rejeitada e as redes sociais se tornaram os principais meios de exposição de ideias. A partir da análise e repercussão dos protestos no Brasil através das redes sociais, o presente artigo busca entender o porquê nessa cultura midiática, em que todo processo precisaria do olhar da mídia para se ter alcance, ela foi negada, e as redes sociais acabaram se tornando um espaço de show de vitrine global das manifestações.

Palavras-chave: Redes sociais; Mobilização; Protestos; Televisão.

Introdução

Ao seguir o mesmo processo viral de outros movimentos sociais como Primavera Árabe e *Occupy Wall Street*, os protestos realizados no Brasil tiveram origem e ganharam força através das redes sociais, como exemplos, podemos citar o *Twitter* e *Facebook*.

Inseridos na era da revolução digital, os cidadãos tem visualizado por meio das redes sociais a oportunidade de expor suas opiniões, debater e intervir no espaço público. Atentos à possibilidade de publicar qualquer informação na web, as pessoas descobrem que, sem intermediários, sem governantes ou lideranças formais, tudo pode ser dito, postado e ouvido a partir dessas plataformas.

Ou seja, se antes as únicas opções de manifestações aconteciam nas ruas e eram organizadas por partidários e sindicalistas, com o atual e crescente uso das redes sociais, todo esse cenário muda. De acordo com Castells (2013), passa a ocorrer a capacidade de auto-organização de forma espontânea. “O que muda atualmente é que os cidadãos tem

¹ Artigo apresentado no Eixo 7 – Redes sociais na Internet e Sociabilidade online do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura realizado de 20 a 22 de novembro de 2013.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB e integrante do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas - GMID / PPGC / UFPB. Email: anasousajornalista@hotmail.com

um instrumento próprio de informação, auto-organização e automobilização que não existia”.

Os protestos que tiveram início em estados como São Paulo e Rio de Janeiro, ganharam proporção em diversas regiões do país, fazendo deste um novo momento de transposição da web para o asfalto. Porém, como a mídia se comportou diante desses fatos? Ditadora do que o público merece assistir, a mídia tradicional, em especial, a televisão teve que se adequar ao que estava acontecendo nas redes sociais e passou a enfrentar dificuldades na cobertura dos eventos, chegando até a ser rejeitada pelos manifestantes. Como exemplo, podemos citar agressões a jornalistas, carros e equipamentos de reportagem.

Nesse contexto, observamos uma mudança na forma como as pessoas passaram a enxergar a mídia. Elas passaram a dar poder as redes sociais chegando até a recusar a divulgação da mídia tradicional. Diante disso, buscamos entender o por que nessa cultura midiática em que todo processo precisaria do olhar da mídia para ter alcance, ela foi negada, e as redes sociais acabaram se tornando um espaço de show de vitrine dos protestos. A que se deve essa força? E o porquê a mídia tradicional, principalmente a televisão passou a ser ignorada.

Na tentativa de identificar quais os principais aspectos dessa mudança comunicacional, o intuito deste artigo é entender de que forma as redes sociais acabaram suprimindo a necessidade de divulgação das manifestações que ocorreram durante o mês de junho no Brasil, observando o fato da mídia tradicional ter se tornado uma segunda opção para a população que deu força e poder de mobilização aos movimentos na rede.

No entanto, nosso estudo será feito a partir da análise dos protestos nas redes sociais (*Facebook* e *Twitter*) e sua relação com o comportamento da mídia televisiva brasileira, em especial as coberturas jornalísticas das emissoras de forma geral. Para isso, buscamos identificar de que forma aconteceu a cobertura nos telejornais e qual o espaço foi reservado para os protestos na grade de programação das emissoras. Além disso, buscamos ver quais as consequências da relação entre a mídia televisiva e as redes sociais, na tentativa de entender se os protestos seriam fruto de uma reação do público que cansou de apenas receber informações dos meios tradicionais.

Redes Sociais como espaços de mobilização

Inseridas na web 2.0, as redes sociais começaram a surgir por volta dos anos 2000. Aplicadas ao estudo de grupos sociais na internet, as redes sociais tem transformado cada vez mais a rotina das pessoas e de instituições ao proporcionar espaços de movimentos de difusão de informações e compartilhamento de ideias.

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões. (RECUERO, 2009, p. 24).

Interagir com outras pessoas de diferentes lugares, enviar mensagens e conteúdos multimídia, tem sido algumas das principais características permitidas através destas redes, vistas como plataformas online e de uso gratuito, as quais podemos citar como exemplos de sites de redes sociais, o *Facebook* e *Twitter*, destaques de nosso estudo.

De acordo com o site de dados de pesquisa sobre internet, secundados³, a internet no Brasil apresenta crescimentos expressivos e entre 2008 e 2012 mais de 24,5 milhões de internautas novos começaram a navegar na rede, um crescimento de quase 45% no período da pesquisa, que também mostrou que o Brasil possui mais de 83,4% milhões de usuários internautas. Já a ComScore⁴, Inc. (NASDAQ: SCOR), líder em medições do mundo digital, divulgou em 2012 que o Brasil passou a ocupar a sétima posição como maior mercado de internet no mundo, no qual as redes sociais tem contribuído para o aumento do número de acessos.

Em estudos mais recentes, a rede social *facebook*, criada em 2004 pelo norte-americano Mark Zuckerberg, é considerada uma das redes mais populares e que mais cresce. Em 2012, esta rede alcançou o número de 1 bilhão⁵ de usuários no mundo. Segundo dados preliminares divulgados pela consultoria Social Bakers⁶ em 2013, no

³ Dados disponíveis no site <http://www.secundados.com.br/>

⁴ Dados disponíveis no site <http://migre.me/g7FF8>

⁵ Dados disponíveis no site <http://migre.me/g7FOX>

⁶ Dados disponíveis no site <http://migre.me/g7FWD>

Brasil cerca de 65 milhões de usuários estão no *Facebook*. Com esse número, o Brasil está no ranking mundial de países onde a rede mais cresceu.

O *Twitter*, criado em 2006, pelo desenvolvedor de software americano Jack Dorsey, em parceria com Evan Willians e Biz Stone, e destaque também de nosso estudo, tem sido uma das redes sociais mais usadas pelos usuários de internet que enviam e recebem mensagens de até 140 caracteres. De acordo com o site secundados, o *twitter* em 2012, obteve mais de 12,5 milhões de visitantes.

Ao fazer parte do cotidiano das pessoas, podemos perceber através dessas pesquisas que os internautas passam boa parte do tempo utilizando as redes sociais. Mais do que um ambiente de entretenimento e troca de mensagens, as redes tem se tornado espaços para divulgação de diferentes opiniões, debates e organização de mobilizações.

Com plataformas simples e de fácil manuseio, as redes sociais possibilitam que qualquer pessoa que tenha acesso à internet possa publicar sua opinião ou qualquer outro conteúdo (foto, vídeo, etc) sobre determinado assunto e esse pode ter grande alcance, visto que uma vez publicado na internet qualquer pessoa que tenha acesso pode visualizar a informação, reproduzir, comentar e compartilhar. Essa prática tem se tornado cada vez mais frequente devido o avanço das novas tecnologias com o uso de dispositivos móveis como celular, notebook, ipad, smartphones, entre outros que permitem que o conteúdo seja publicado de qualquer lugar do mundo.

Como exemplo, podemos citar aqui a organização de mobilizações, protestos, debate de opiniões e realização de campanhas sobre os mais diversos temas, como a luta contra o câncer de mama, o combate as drogas, entre outros. Segundo Lopes (2011), a internet mudou completamente a forma como a sociedade se organiza - e as redes sociais potencializaram ao extremo as possibilidades de mobilização social.

As causas podem ser as mais diversas, indo desde interesses coletivos como a luta contra discriminação, pessoas protestando contra a guerra, prestação de solidariedade por meios da organização de campanhas nas redes sociais, a exemplo do que aconteceu nos desabamentos no Rio de Janeiro em 2010 provocados por uma enchente, na qual os usuários de redes sociais buscaram arrecadar donativos. Ou até mesmo, por causas motivadas por interesses pessoais, como alguém que está precisando

de doação de sangue e acaba ganhando destaque na internet devido a sua história e atenção que os outros usuários dão ao assunto.

Ao observar que nas redes sociais as informações trafegam com maior velocidade, os usuários, que são denominados atores sociais, tem utilizado cada vez mais esses meios como forma de protestar, reivindicar seus direitos, expor suas opiniões, e até mostrar suas indignações. Dessa forma, as redes deixam de ser simples espaços de conexões e tornam-se poderosas ferramentas de organização da sociedade.

O crescente número de mobilizações nas redes sociais chega até a ultrapassar as barreiras do ambiente online e se concretizam no ambiente off-line (fora da internet). Um dos famosos casos foi o movimento Primavera Árabe, que teve início em 2010 na Tunísia e se propagou através das redes sociais, na qual foram organizadas várias manifestações, protestos, passeatas e greves. Neste caso, tanto o *twitter* como o *facebook* foram utilizados para organizar as mobilizações e sensibilizar a população que saiu às ruas em protesto contra governos opressores, exigindo mudanças e melhorias na sociedade, na política e economia.

Algo que seria impensável pouco tempo atrás (uma posição organizada) surgiu espontaneamente através das redes sociais. Sem uma posição política ou ideológica definida, os ciberguerreiros, como ficaram conhecidos os manifestantes, conseguiram catalisar o sentimento latente de insatisfação da sociedade depois de um caso isolado foi o estopim para o levante. Em pouco tempo, o que mais parecia uma manifestação se transformou em uma onda de protestos na região. (LOPES, 2011, p. 2).

Outro movimento que também teve como destaque as mobilizações organizadas através das redes sociais foi o *Occupy Wall Street*, que aconteceu em 2011 a partir de um descontentamento da população americana em relação à desigualdade social e a influência do dinheiro nas campanhas políticas dos Estados Unidos. Com o slogan “*We are the 99%*”, (Nós somos os 99%), o movimento refere-se à crescente desigualdade na distribuição de renda nos Estados Unidos, entre o 1% mais rico e o resto da população. Logo depois, o movimento cresceu e passou a tratar de diversas reivindicações.

O uso massivo das redes sociais como espaços de mobilização e busca de informações servem não somente para exposição e divulgação de ideias como também passam a ser fontes para mídias tradicionais. O envolvimento dos usuários

impulsionados por desejos coletivos de protestar e ter voz pode ser explicado pela cultura participativa.

Cultura participativa e capital social nas redes sociais

O gerenciamento de informações por meio das redes sociais, a mobilização e o controle de conteúdos potencializados através da internet, tem permitido aos atores sociais adquirir seu valor na rede, o que pode ser chamado de capital social.

O capital social é pensado como constituído de recursos coletivamente construídos relacionados ao pertencimento da rede, valores esses que podem ser individualmente apropriados. Assim, fazer parte de uma rede social é relevante para um determinado ator porque este tem acesso a recursos construídos pelo grupo, como, por exemplo, informações que lhe sejam relevantes (que a rede faz circular), ou mesmo a apoio social ou acesso a normas que regem o grupo e as interações. (RECUERO, 2012, P.136).

Por isso, a experiência da comunicação em rede tem sido exercida mesmo quando os indivíduos estão ocupados com outras atividades, no trabalho, em casa, viajando, em qualquer parte do mundo. Ao saber que eles têm valor nas redes sociais e que as informações ali postadas e compartilhadas podem fazer toda diferença, os indivíduos buscam ter uma espécie de “fama” através da popularidade dos seus perfis nos sites de redes sociais.

A partir do momento que os atores podem se apropriar de uma rede social e transformá-la, eles passam a ter valores coletivos. Impulsionados pelos desejos de postar, comentar e compartilhar, os indivíduos conectados hoje são vistos como atores colaborativos, que não apenas consomem as informações, mas também criam, argumentam e dão um *feedback* interativo. Dessa forma, presenciamos um espaço marcado pela era da cultura da participação.

A atomização da vida social no século XX deixou-nos tão afastados da cultura participativa que, agora que ela voltou a existir precisamos da expressão “cultura participativa” para descrevê-la. Antes do século XX, realmente não tínhamos uma expressão para cultura participativa; na verdade, isso teria sido uma espécie de tautologia. Uma fatia expressiva da cultura era participativa – encontros locais, eventos e performances – porque de onde mais poderia? O simples ato de criar

algo com outras pessoas em mente e então compartilhá-lo com elas representa, no mínimo, um eco daquele antigo modelo de cultura, agora em roupagem tecnológica. Uma vez aceita a ideia de que de fato gostamos de fazer e compartilhar coisas, por mais imbecis em conteúdo ou pobres em execução que sejam, e que fazermos rir uns aos outros é um tipo de atividade diferente de ser levado a rir por pessoas pagas para nos fazer rir. (SHIRKY, 2011, p.23).

Nesse contexto, a implementação do processo digital aliada a produção humana mediada pelas tecnologias digitais provoca modificações em todos os campos sociais que envolvem desde política até a arte, cultura e economia.

A banda larga, aliada aos dispositivos móveis, que começou a se disseminar de forma cada vez mais ampla a partir do ano 2000 até alcançar o cenário atual de hiperconexão significa não apenas ligação entre pessoas, mas também entre sistemas e, com a emergente internet das coisas, ligação entre gente, animais, coisas e lugares. Passamos rapidamente de uma web estática para uma web dinâmica, de uma web de páginas para uma web de plataformas participativas, em uma miríade de ambientes de conversação. (SANTAELLA, 2013, p.33).

Conviver com a presença do digital se tornou rotina e através da participação em ambientes como esses, as pessoas se relacionam, se reconhecem e interagem sobre as mais diversas temáticas. A espontaneidade aliada ao desejo de participação permitidos através do ambiente online tem sido os principais fatores das origens de mobilizações e manifestações.

“Somos a Rede Social”: a força dos protestos no Brasil e a cobertura jornalística televisiva

Os protestos no Brasil tiveram início no mês de junho. Insatisfeitos com o aumento de 20 centavos nas tarifas de transporte público, as manifestações começaram em São Paulo e foram lideradas e organizadas na própria internet inicialmente por meio do movimento passe livre (MPL). Outros estados que também vivenciavam o aumento nas passagens de ônibus, a exemplo do Rio de Janeiro, Recife e Belo Horizonte passaram a repetir os atos de manifestações que logo ganhou as ruas de regiões de todo país.

De forma rápida, o movimento ganhou força e o número de pessoas que passou a ir às ruas e participar das mobilizações também aumentou. O motivo deixou de ser apenas pelo aumento de 20 centavos na tarifa de transporte público e passou a ser por

várias insatisfações dos brasileiros, a exemplo da luta contra corrupção, contra a assinatura do projeto de lei PEC 37⁷, a favor de melhorias na educação, na economia, na saúde como também contra a ação dos policiais que tentaram impedir a realização das manifestações, entre outros.

No entanto, os protestos ocorreram em um momento que estava acontecendo a Copa das confederações no País, que teve gastos extrapolados na construção e reforma de estádios, o que reforçou ainda mais o desejo de indignação nas pessoas. Como exemplo disto, podemos citar uma campanha publicitária da concessionária Fiat produzida para festejar a Copa das confederações no país, intitulada “Vem pra Rua”⁸ e que acabou se tornando a trilha sonora dos protestos.

As redes sociais (*facebook* e *Twitter*) foram os principais meios onde o público passou a organizar e marcar as mobilizações. Frases como #OgiganteAcordou, #AcordaBrasil, #VempraRua, #Nãoésópelos20centavos e tantas outras foram simbolizadas através de *hashtags*⁹ na internet e estamparam os cartazes da população nas ruas de todo país. Ao perceber a dimensão e força do movimento, a sociedade se viu em um momento histórico.

⁷ Projeto legislativo brasileiro que se aprovado, limitaria o poder de investigação criminal a polícias federais e civis, retirando-o de, entre outras organizações, o Ministério Público.

⁸ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=3rMX_rrv36w

⁹ Representadas pelo símbolo #, as *hashtags* determinam qual é o assunto da postagem em redes sociais como *Twitter* e recentemente no *Facebook*.



Figura 1: Imagens dos protestos e pessoas com cartazes reforçando a força das redes sociais.
Fonte: <http://migre.me/gammC>

Ao observamos imagens como essas acima, podemos ver a transposição da web para o asfalto, o desejo da população em expor suas insatisfações e também participar de forma coletiva, expondo a força de suas opiniões que não ficaram apenas atrás da tela do computador. Em reportagem da Revista Info¹⁰, as mobilizações foram chamadas de

¹⁰ Disponível em http://ebape.fgv.br/sites/ebape.fgv.br/files/coluna_professor_luiz_antonio_joia.pdf

Invernada Tupiniquim, pois mesmo liderado a priori pelo movimento passe livre, ao ganhar dimensão, os protestos não tinham uma liderança formal, um intermediário a quem eles deviam obedecer ou controlar, o que vem a ser exatamente as características da web como um ambiente onde todos podem participar.

Para tentar conter as manifestações do público, o governo passou a tomar providências como reduzir a tarifa da passagem de ônibus em alguns estados, e a Presidente Dilma Rousseff falou em cadeia nacional, tanto na televisão como no rádio, reconhecendo que o país estava passando por um fenômeno de massa social novo e que medidas de melhorias seriam tomadas. Mesmo assim, a população não parou de protestar devido a proporção que o movimento já havia tomado com diversas insatisfações.

Com a missão de divulgar os acontecimentos, a mídia realizou a cobertura jornalística desde o início dos protestos. Sem imaginar a dimensão a que chegariam as mobilizações, os manifestantes em um primeiro foram chamados de vândalos pela mídia nacional quando o motivo do protesto ainda era o aumento na tarifa de ônibus. No Jornal da TV Globo¹¹, por exemplo, o Jornalista Arnaldo Jabour criticou o primeiro dia de mobilização realizado pelo Movimento Passe Livre, ao dizer que o movimento não fazia sentido, chamando o mesmo de “burrice” misturado com ódio, onde ninguém sabia mais pelo que lutar. O assunto não agradou ao público que passou a criticá-lo através das redes sociais. Dias depois, o jornalista voltou atrás e através de sua coluna na rádio CBN pediu desculpas¹² pelas declarações, reconhecendo que a causa se expandiu como força política original.

A Rede Globo, desde o início dos protestos, foi uma das emissoras que mais foi criticada pelos manifestantes. Visualizada como mídia manipuladora, a emissora teve muitos jornalistas impedidos de realizar a cobertura do evento, como exemplo, podemos citar o Jornalista Caco Barcellos que recebeu gritos de “manipulador” enquanto gravava o programa “Profissão Repórter” nas ruas. A emissora, por meio dos seus telejornais, que em primeiro momento chegou a chamar os manifestantes de vândalos, também passou a esclarecer o tratamento verbal, e esclareceu que mesmo que algumas pessoas

¹¹ Disponível em <http://migre.me/gancj>

¹² Disponível em http://www.youtube.com/watch?v=U_Fc3Wiib5E

estivessem manifestando de forma agressiva, outras pessoas estavam indo as ruas para protestar seus direitos de forma pacífica.

Mesmo assim, a cobertura jornalística da emissora continuou sendo vista como manipuladora pelos manifestantes que afirmavam que os protestos não eram divulgados de forma imparcial. A rejeição à emissora chegou a ser tanta que a Jornalista Patrícia Poeta leu uma nota ao vivo no Jornal Nacional informando que a cobertura vinha acontecendo desde o início dos protestos e garantiu que tudo vinha sendo divulgado de forma clara e sem imparcialidades.

A emissora deu continuidade a cobertura dos protestos, mas passou a tomar cuidados especiais com seus repórteres, que ao aparecer em frente as câmeras, retiravam a marca da emissora da canopla do microfone, temendo novos insultos e até agressões. Outra medida tomada pela Rede Globo foi enviar um abaixo-assinado ao Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo (SPSJ) em que repudiavam as agressões e a falta de ação de entidades da categoria. O documento foi assinado por mais de 150 jornalistas.

Mas a rejeição dos manifestantes não foi só com a Globo, outras emissoras como SBT, Record, Bandeirantes e Rede TV também trabalharam na cobertura dos protestos e enfrentaram dificuldades.

O período mais intenso de manifestações ocorreu entre os dias 17 e 26 de junho. A quinta-feira, dia 20, ficou conhecida como um dos dias de maior movimentação. De acordo com a revista Veja edição do mês de junho, mais de 1 milhão de pessoas jorraram país afora. Nesse dia, a mídia televisiva que já vinha acompanhando as manifestações ampliou sua cobertura. A Rede Globo cancelou sua grade de programação, incluindo o Jornal Nacional e os jornais locais e passou a transmitir os protestos ao vivo, assim como as emissoras Rede Record, Bandeirantes e SBT que traziam informações novas a cada minuto.

As redes de televisão que já vinham sofrendo rejeição dos manifestantes enfrentaram ainda mais dificuldades de cobertura. O SBT teve seu carro de reportagem queimado durante os protestos do Rio de Janeiro, a exemplo do carro de reportagem da Rede Record que já havia sido queimado no dia 18 de junho. A rejeição não ficou apenas ligada as emissoras nacionais, pois as emissoras locais de todo país que atuavam na cobertura dos eventos também enfrentaram dificuldades.

Sem dar tanta atenção a mídia televisiva, os manifestantes atualizaram em tempo real as passeatas e protestos através de conexões via dispositivos móveis como celular, notebook e tablets. Dessa forma, várias mobilizações passaram a ser transmitidas ao vivo através de sites compartilhados nas redes sociais.

Ao observarmos esses exemplos de rejeição à mídia televisiva, podemos afirmar que o público passou a negar a cobertura das mídias tradicionais e passou a usar as redes sociais como espaços de mobilização, debate e exposição de ideias do movimento. Em um momento em que para alcançar tamanha dimensão, o protesto precisaria ser divulgado pela mídia tradicional, ela foi negada e renunciada pelos participantes, pois a força das redes sociais (*facebook* e *Twitter*) suprimiram essa necessidade.

Castells (2013), ao afirmar que as pessoas vêm perdendo a confiança em políticos, nos governos e principalmente na mídia, explica que as redes sociais passaram a ser vistas como espaços de autonomia, “muito além do controle de governos e empresas, que, ao longo da história, haviam monopolizado os canais de comunicação como alicerces de seu poder”.

A mídia já existente que detinha todo processo do que deveria ser veiculado para o público em geral, hoje perde um pouco do seu papel de polo emissor. O modelo comunicacional se transforma, pois há uma descentralização de quem é emissor e receptor de informações. O telespectador ao enxergar que pode através das redes sociais divulgar e disseminar sua própria ideia, passa a deixar a mídia de lado.

Castells (2013) afirma ainda que essa mudança é totalmente nova, visto que o virtual sempre acaba no espaço público. Para isso, ele define o conceito de autocomunicação,

O que muda atualmente é que os cidadãos têm um instrumento próprio de informação, auto-organização e automobilização que não existia. Antes, se estavam descontentes, a única coisa que podiam fazer era ir diretamente para uma manifestação de massa organizada por partidos e sindicatos, que logo negociavam em nome das pessoas. Mas, agora, a capacidade de auto-organização é espontânea.¹³

¹³ Disponível em <http://migre.me/gaPbw>

Diante dessa cultura de compartilhamento, a sociedade sabe que pode intervir no espaço público sem precisar de nenhuma organização, muito menos da mídia tradicional como a televisão.

Ao dispor de espaço livre para que qualquer pessoa possa publicar o conteúdo que deseja e esse alcançar destaque, as redes sociais se tornaram a primeira opção da população e a mídia passou a ficar em segundo plano. Podemos dizer dessa forma que os inúmeros protestos, que ocorreram durante o mês de junho no país, são uma resposta coletiva do público que cansou de apenas receber informações das mídias tradicionais, vistas como espaços manipuladores devido à linha editorial, tempo limitado e a forma como tratam os assuntos.

Considerações finais

Ao alcançar dimensões locais e nacionais, os protestos pelo Brasil durante o mês de junho tornaram-se não apenas exemplos de mudanças na forma de comunicação, mas foram a prova de que a sociedade está ciente da força que tem. De acordo com Santaella (2013), saber o que fazemos com as redes sociais digitais não é tão importante quanto saber o que as redes estão fazendo conosco.

Sem limite de espaço e tempo, as redes sociais tornaram-se meios de exposição da opinião da população que cansou de depender da mídia tradicional para receber informações. As pessoas descobriram que sem governança e sem lideranças sindicalistas, podem conseguir poder através de redes como *Facebook* e *Twitter*, fazendo com que seus pleitos sejam ouvidos aqui e em outros lugares. Tudo isso de forma espontânea.

Ao ser visualizada como meios manipuladores em decorrência da sua linha editorial e do tempo limite dos telejornais, a mídia televisiva passou a ser rejeitada pelos manifestantes e tornou-se a segunda opção de divulgação dos movimentos. As rejeições e agressões não eram contra as emissoras e sim contra a mídia. Nesse contexto, Cogo e Lopes (2013) ao se apoiar em estudos de Machado (2007), afirmam existir uma espécie de ativismo em rede, em que as tecnologias da comunicação, especialmente a internet, assumem preponderância nas estratégias de planejamento, articulação e mobilização dos movimentos sociais.

Tudo isso pode ser explicado pela capacidade de produzir, reproduzir e compartilhar experiências coletivas em torno de identidades expressas através dos perfis de redes sociais. Assim como afirma Santaella (2013), as pessoas passam a responder e atuar como se esse perfil fosse uma extensão sua, uma presença daquilo que constitui sua identidade.

Devido a sua amplitude de espaço, alcance e permissão de expressar diferentes opiniões, as redes sociais passaram a ser meios mais propícios para que o público pudesse não só organizar mobilizações, mas também trocar informações, fazer acusações, criticá-las de forma séria ou humorística usando de imagens, vídeos e textos. Fatores esses que não seriam possíveis em um telejornal, por exemplo. Diferentemente das mídias tradicionais, a internet dá voz ao leitor.

Com isso, os resultados da pesquisa sistematizados neste artigo nos motivam a refletir sobre uma mudança no polo comunicacional de meios tradicionais, como a televisão, que passou a se adequar a força das redes sociais. Os protestos foram exemplos de como os avanços tecnológicos tem possibilitado a mudança no padrão já existente de divulgação de informações na mídia. Nesse sentido, situa-se, no campo de reflexão da comunicação, o desejo da população em exercer seu direito de cidadania, na qual as redes sociais passaram a ser fontes decisivas na construção de poder e potencialização de informações. É a web criando vida e tornando-se real.

Referências bibliográficas

CASTELLS, Manoel. **A sociedade em rede: a era da informação - economia, sociedade e cultura**. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

_____. A autocomunicação de massas segundo Castells. In: <http://cmais.com.br/educacao/ideias-inovadoras/fronteiras-do-pensamento/a-autocomunicacao-de-massas-segundo-castells>, 2013.

_____. O espaço público dos movimentos sociais em rede resulta da conexão do ciberespaço com o espaço urbano ocupado. In: <http://www.ciseco.org.br/index.php/noticias/153-castells-sociedadeemrede>, 2013.

COGO, Denise Maria ; LOPES, Daniel Barsi. Juventude e cidadania: uso das mídias digitais na ONG Aldeia, em Fortaleza. In: **Comunicação e sociedade tecnológica**. São Paulo: ESPM, 2013.

JOIA, Luiz Antônio. Invernada Tupiniquim. In:
http://ebape.fgv.br/sites/ebape.fgv.br/files/coluna_professor_luiz_antonio_joia.pdf, 2013.

LOPES, Gustavo Chaves. **O papel das redes sociais como ferramenta de mobilização política da sociedade: uma análise da primavera Árabe**. In:
[http://www.slideshare.net/gustavoclopes/o-papel-das-redes-sociais-como-ferramenta-de-mobilizacao-politica-da-sociedade-uma-anlise-da-primavera-rabe](http://www.slideshare.net/gustavoclopes/o-papel-das-redes-sociais-como-ferramenta-de-mobilizacao-politica-da-sociedade-uma-analise-da-primavera-rabe), 2011.

PEREIRA, Ana Maria de; CARDINS, Jitana Sara da Cunha. Uso do Twitter como ferramenta colaborativa. In: **Revista Temática**. Vol. VII, n.04 – Abril de 2012. Disponível em
http://www.insite.pro.br/2012/Abril/twitter_ferramenta_jornalismo.pdf

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

_____. Raquel. **A conversação em rede**. Comunicação Mediada pelo Computador e Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SANTAELLA, Lucia. Intersubjetividade nas redes digitais: Repercussões na educação. In: PRIMO, Alex (Org.). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIBILIA, Paula. **O show do Eu**. A intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.