

Levante popular da juventude brasileira: saímos do Facebook

Gleice Bernardini*
Maria Cristina Gobbi**

Resumo

Neste artigo, estuda-se o movimento ocorrido em junho de 2013, no Brasil, inicialmente sob a bandeira do “Movimento Passe Livre”, sem a existência de uma liderança, mas com a presença de múltiplas vozes que se alternam na busca de mudanças sociais e econômicas. O objeto de estudo é a comunicação feita por meio das redes sociais e sua realização, ou concretização, nas ruas das principais cidades do país. As passeatas demonstram a força da comunicação midiática e de um novo fenômeno de conversação, o uso das redes sociais, agora como fator de união, e não mais apenas como vitrine da vida cotidiana. A internet se tornou um novo meio de comunicação de fácil e livre acesso, além da rapidez na dissipação de dados. Dessa forma, a juventude utilizou tal tecnologia para um levante na busca de melhorias sociais das cidades onde aconteceram as passeatas. Tal movimento, ainda sem um estudo acadêmico e social, deve ser debatido para que, além de entendido, possa ampliar as contribuições com a sociedade, auxiliando-a em suas reivindicações. Foi escolhido o site #causabrasil para o estudo e a percepção das questões pelas quais o público manifesta insatisfação. No site, realiza-se uma análise com a combinação de uma lista de hastags pré-cadastradas e outra de diferentes termos utilizados por usuários do Facebook, do Twitter, do Instagram, do Youtube e do Google, por meio da ferramenta de monitoramento Seekr, e em um infográfico apresentam-se as principais bandeiras de luta da população.

Palavras-chave: Internet. Comunicação. Brasil. Juventude. Movimentos sociais.

* Mestranda do Programa de Pós-Comunicação – Mestrado Acadêmico em Comunicação Midiática, pela Universidade Estadual Paulista (Unesp), Campus Bauru-SP. Bolsista Capes. Especialista em Linguagem, Cultura e Mídia pela Unesp. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo – pela mesma instituição. E-mail: gleicebernardini@hotmail.com.

** Pós-Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo (Prolam-USP SP). Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Unesp). Vice-coordenadora e Professora do Programa Pós-Graduação Televisão Digital da Unesp de Bauru. Professora do Programa de Pós-Graduação da mesma instituição. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano do CNPq. Diretora Administrativa da Socicom. Orientadora da Dissertação. E-mail: mcgobbi@terra.com.br.

Introdução

Neste artigo, reflete-se sobre as manifestações ocorridas no Brasil durante o mês de junho de 2013. Tais manifestações aconteceram, inicialmente, sob a bandeira do Movimento Passe Livre (MPL) (MOVIMENTO..., 2000), uma organização formada por jovens e que se declara sem a existência de uma liderança, mas múltiplas vezes que se alternam na busca de mudanças sociais e econômicas que visam beneficiar a população. O objeto de estudo é a comunicação realizada com o uso das principais redes sociais existentes e que se consolidaram com a realização dos atos públicos nas ruas das principais cidades do país.

Para tal estudo, utilizamos algumas definições do conceito de interatividade, com vista a explicar como a população se apropriou das redes sociais para se organizar, debater e divulgar informações sobre o movimento, as pautas levantadas e a concretização dos atos de manifestação pública. Dessa forma, evidenciamos a importância das redes sociais e das mobilizações como forma de alteração de poder e movimentação das massas nas questões políticas, sociais e econômicas.

O Brasil, que não possuía uma história de utilização das redes sociais para formação de opinião pública, mediante as recentes séries de manifestações contra o governo e contra medidas que afetariam diretamente a vida de seus cidadãos, alterando mecanismos de investigação de crimes, como citado no decorrer do artigo, demonstra o amadurecimento da população e a real forma que os usuários utilizaram tais tecnologias em movimentações sociais e questões políticas. São debatidas e demonstradas as principais questões levantadas e de que forma as manifestações utilizaram as redes sociais para discutir e formalizar os atos públicos, divulgar suas propostas, conseguir aceitação da população e conquistar êxito em suas reivindicações.

Demonstram-se, também, as principais questões debatidas e pautadas pelos usuários e população, pelo site #causabrasil e seu infográfico de monitoramento das redes sociais, que se tornaram tendência da agenda *setting* não somente da imprensa brasileira, mas também das mídias internacionais. Mediante a dissipação de dados pela internet, muitos usuários de outros países simpaticizaram com os desdobramentos das manifestações da causa brasileira, muitas vezes refletidas em passeatas e manifestações de apoio em diversos pontos do globo, e os acompanharam.

Movimento Passe Livre

O “Movimento Passe Livre”, mais conhecido pela sigla MPL, é uma organização cujas diretrizes são um movimento apolítico, ou seja, não

filiado a nenhum partido ou vínculo partidário, nem mesmo simpatizante de ideias políticas. Intitulam-se sem lideranças, sendo um grupo horizontalizado e não verticalizado, com líderes e representantes. Por não possuir uma liderança, a comunicação com o movimento foi dificultada por não se encontrarem representantes para dialogar. A organização é jovem, formada, em sua maioria por jovens, estudantes e professores universitários, estudiosos políticos, historiadores, dentre outros simpatizantes.

As manifestações públicas ocorridas na cidade de São Paulo e com desdobramentos em outras capitais do país foram pautadas inicialmente pela reivindicação contra o aumento da tarifa de transporte público, fixada em R\$ 3,00 (três reais) e que com o reajuste passaria a R\$ 3,20 (três reais e vinte centavos). O que para alguns sugere um aumento relativamente pequeno, para a maioria da população trabalhadora e estudante que utiliza o meio de transporte diariamente o reajuste foi considerado abusivo, dadas as grandes concessões de investimentos em outras áreas, não consideradas importantes para a população.

A população que aguentava calada a concessões de verba para construções ambiciosas e caríssimas para infraestrutura da Copa do Mundo e assistia, sem nenhuma reação, vir a público diversos escândalos políticos de desvios de verba, de licitações fraudulentas, de corrupção e outras falcatruas com o dinheiro público, enxergou o aumento da tarifa de transporte como a gota d'água, resolvendo sair de seu estado de inércia e ir às ruas manifestar sua indignação, buscando soluções para os problemas enfrentados.

As manifestações não se referiram apenas ao aumento no transporte, mas também a outras causas, como o arquivamento e queda da Proposta de Emenda à Constituição n. 37 (PEC 37), que tratava da redução do poder de investigação do Ministério Público, retirando, assim, a atribuição desse órgão de investigar acusações e transmitindo esse poder apenas às polícias civis de cada Estado; questões sobre saúde, educação; a proposta denominada *Cura gay*, projeto criado pelo deputado Marcos Feliciano, em que homossexuais teriam atendimento diversificado com psicólogos e demais médicos; gastos abusivos com a Copa das Confederações e, sucessivamente, com a Copa do Mundo; as investigações de corrupção e não conclusão desses casos ou, então, absolvição de políticos envolvidos em desvios de dinheiro, corrupção e outras questões que envolvem gastos de dinheiro público; má qualidade nos serviços; e reforma política.

Os atos públicos dos manifestantes obtiveram maior repercussão na imprensa, ganhando espaço no cenário jornalístico brasileiro e mundial

após o quarto grande ato de manifestação, no dia 13 de junho, quando ocorreu demasiada violência por parte da polícia militar contra manifestantes e representantes da imprensa. Os policiais presentes fizeram uso exagerado da força, agredindo diversos grupos de estudantes e jornalistas de vários veículos noticiosos. Além da tentativa de barrar a manifestação, os policiais apreenderam máquinas fotográficas, câmeras e equipamentos dos manifestantes e repórteres que faziam a cobertura do evento. Soltando gás lacrimogêneo e tiros de bala de borracha contra os manifestantes, a polícia fez uso indiscriminado da força bruta não somente contra algumas pessoas que estavam cometendo atos de vandalismo, mas contra toda a população presente no local. A imprensa abriu espaço para as manifestações depois desse evento, pois muitos funcionários de veículos de mídia sofreram com a ação da polícia. Um caso que teve grande repercussão mundial foi o do fotógrafo que perdeu uma das vistas por causa de uma bala de borracha que lhe atingiu o globo ocular. Diversas fotos de jornalistas do grupo Terra e do jornal *Folha de S. Paulo*, em que denunciavam a violência que sofreram, com foto de pessoas que foram espancadas e tiveram seu material de trabalho quebrado, percorreram as redes sociais, tornando matéria contra a ação do governo.

Os manifestantes utilizaram cartazes durante as passeatas para chamar a atenção das pessoas e como forma de divulgar as ações por que lutavam e suas ideologias. Com slogans bem-humorados ou patriotas, a população empunhava dizeres como “Vem pra rua”, fazendo alusão à música do grupo O Rappa (2013), que convoca a população para ir à rua se mobilizar e festejar: “A rua é a maior arquibancada do Brasil”. Assim, os manifestantes utilizaram o refrão da música para se manifestar contra a Copa das Confederações, os gastos exorbitantes com futebol e toda a estrutura montada para o evento.

Também foi alvo das manifestações a falta de saúde e educação, bem como o aumento do transporte público, tema central da insatisfação pública, o qual, segundo opiniões divulgadas nas redes sociais, reflete o repasse do gasto exagerado com a Copa. O slogan “não é só por 0,20 centavos”; fazia referência ao aumento dessa quantia na passagem de ônibus na cidade de São Paulo, sendo o mais utilizado durante as manifestações, tornando-se *hashtag* nas principais redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) e também utilizado por manifestantes de todo o mundo. Alguns artistas, até mesmo estrangeiros, apoiaram as manifestações e exibiam fotos em seus perfis sociais da internet com cartazes com o dizer. O slogan buscou englobar todos os escândalos, como corrupção política,

fraudes em licitações, desvios de verbas públicas, roubos, falta de saúde, de escolas, de melhor educação, de melhorias no transporte e nas condições de vida, salientando o descontentamento da população com a política nacional.

Outro slogan muito utilizado e que também se tornou uma *hashtag* nas redes sociais foi “O gigante acordou”, remetendo-se ao espaço territorial do país, o maior da América Latina, e sua passividade diante todos os problemas enfrentados. Fizeram uma comparação com outros países vizinhos que passaram por manifestações políticas e lutas sociais, buscando melhorias para o bem-estar da população, enquanto o povo brasileiro apenas debatia seus problemas nas redes sem nenhuma mobilização.

Desse pensamento de não movimentação social e apenas debate nas redes sem uma real atitude surgiu o slogan “Saímos do Facebook”, em que a população evidencia a tomada de ação, respondendo à classe que criticava e solicitava uma mobilização da população.

A utilização de trechos do Hino Nacional brasileiro nos cartazes também pode ser encarada como uma forma de patriotismo, pois os manifestantes não julgavam lutar somente por eles, mas por todo país, buscando melhorias para toda a população. Tal constatação se faz verdadeira tomando por base as reivindicações de mudanças políticas solicitadas pela massa, pedindo o arquivamento da PEC 37 (BRASIL, 2012), melhorias de saúde e educação, dentre outras reivindicações.

As passeatas organizadas utilizando as redes sociais demonstram a força da comunicação midiática e de um novo fenômeno de conversação, no qual a tecnologia auxilia a tomada de decisões e a dissipação de informações, paralelamente às grandes mídias, demonstrando também um amadurecimento da população diante das novas tecnologias, agora como fator de união, e não mais apenas como um imenso diário da vida cotidiana.

Internet

O próprio ato de se comunicar é uma interação; assim, interagir é inerente à comunicação interpessoal. Dessa forma, faz-se necessário, ao estudar a comunicação e a interação dos usuários das redes sociais, passar pelos conceitos de interação e interatividade, que muitas vezes são confundidos e utilizados de forma errônea.

A interatividade é proclamada por muitos estudiosos e autores como algo recente, que surgiu com o advento dos meios digitais, estando, assim, interligado ao conceito de convergência citado por Jenkins (2008). Ao se

falar em interatividade, imediatamente se faz uma associação à participação, ou seja, pensa-se em alguma situação da qual se pode participar, interagir, e liga-se à internet, na qual o usuário cria e manipula o conteúdo.

Silva (1995) discorre sobre a interatividade citando exemplos de mídias que supomos ser interativas, mas são somente interação. A interação não necessariamente precisa de um meio para acontecer, enquanto a interatividade, sim. Dessa forma, a interação pode ocorrer em uma conversa informal, pessoal e presencial, mas utiliza a interatividade para trocar mensagens em uma rede social, a máquina, o computador, e o meio, a internet, para que ocorra. Vittadini (1995, p. 154) destaca que a interatividade seria “[...] un tipo de comunicación posible gracias a las potencialidades específicas de unas particulares configuraciones tecnológicas”¹, ficando evidente que a interatividade simula a interação entre as pessoas através de um meio, seja ele eletrônico, seja virtual ou mídia tradicional.

McLuhan (1964), no início da década de 1960, descreveu as formas de interação através dos meios, dividindo-os em meios quentes e meios frios, ou seja, respectivamente, aqueles que não permitiam ou possibilitavam pouca interação do usuário e os que o usuário teria de ter um interesse e querer participar. Assim, o meio frio, além de abrir um canal para a interação, tem de criar uma vontade no público de participar. Como exemplo, McLuhan (1964, p. 38) diz que “[...] o telefone é um meio frio, ou de baixa definição, porque ao ouvido é fornecida uma magra quantidade de informação [...]. Enquanto, os meios quentes não deixam muita coisa a ser preenchida ou completada pela audiência”..

Podem ser citados, então, como meios quentes as mídias tradicionais e como meios frios as novas mídias, pois além de terem um canal amplo para a participação do usuário, muitas vezes, necessitam dessa interatividade para existir. Nesses meios, o autor e o leitor, o produtor e o consumidor, a fonte e o receptor, dentre muitos outros sujeitos integrados no processo comunicativo, começaram a trocar de papéis e lugares de forma efetiva, assim como os sistemas e as mídias se alteraram, agregando novas possibilidades e diferentes graus de interatividade. Os resultados dessas mudanças trouxeram um aperfeiçoamento das situações interativas, capacitando o público a dialogar com outros usuários e criando novas pautas para discussão.

A juventude utilizou essas novas facilidades e a tecnologia disponível e criou um levante popular, buscando melhorias sociais e alterações nos cenários sociais, econômico e político das cidades onde aconteceram as

1 “[...] un tipo de comunicación que se torna possível pelo potencial específico de determinada configuração tecnológica”. (Tradução nossa)

passatas. Pode-se complementar, nesse sentido, que os usuários das redes sociais, utilizando as tecnologias disponíveis, mobilizaram-se com o uso da interatividade das mídias e nas ruas confirmaram as alterações de papéis de receptor, para produtor de informação; ou seja, a população que recebia calada as notícias de escândalos políticos e o aumento do transporte, resolveu modificar o espaço e se transformou em produtor, nas ruas, fazendo a notícia, mobilizando-se e formando a agenda *setting* de debate da informação.

O que se vê atualmente, como diz Dimantas (2010, p. 7), é que

a internet subverteu a ordem instituída. Ela torna obsoletos os intermediários e atravessadores. O controle da informação, eterno sinônimo de poder, pulverizou-se em pequenas redes de relacionamento, blogues, twitters e similares. Como afirma o autor, 'a internet trouxe a ideia de revolução e, consigo, críticas inequívocas de como a sociedade moderna está estruturada. Romper paradigmas significa destruir os preconceitos nos quais estamos inseridos'.²

Assim, os usuários tomaram o poder, organizando-se e mobilizando-se, conseguindo demonstrar sua força por outros meios além dos tradicionais. Nesse sentido, pode-se confirmar tal afirmação verificando a quantidade de menções analisadas para este artigo, em conjunto com a quantidade de pessoas que foram as ruas. Nesse período, surgiram diversos *blogs* e páginas de eventos em redes sociais que mantinham cerca de 30 mil usuários conectados e debatendo sobre as questões levantadas. Já nas ruas das cidades, onde aconteceram as passeatas, o que se pôde ver foi um número maior de manifestantes, chegando até a 100 mil pessoas, como em São Paulo.

#causabrasil e a análise dos dados

O site #causabrasil foi criado em conjunto com as mobilizações, como forma de divulgar e monitorar as questões relevantes levantadas pela população nas redes sociais. O seu mecanismo de pesquisa utiliza uma ferramenta chamada *Seekr*, que realiza a análise de monitoramento e rastreio da combinação de uma lista de *hashtags* (palavras precedidas do símbolo # e utilizadas para agrupá-las em um determinado grupo) pré-cadastradas e uma lista de palavras e termos mais mencionados pelos usuários nas redes sociais. Mediante o monitoramento de páginas de grupos, de eventos e de postagens nos perfis da rede Facebook, do *trendtopic* (lista de tópicos com as *hashtags* mais utilizadas) e postagens dos

2 Citação extraída da Nota do editor escrita por Marcus Vinicius Barili Alves.

usuários do Twitter, das imagens com *hashtags* e marcação de locais do Instagram, dos vídeos com títulos, *hashtags* ou localização das manifestações inseridos no Youtube, e o monitoramento das pesquisas realizadas no site de busca Google, o sistema *Seekr* pode traçar um panorama do que foi debatido e divulgado sobre as manifestações.

Muitas postagens dos usuários eram mensagens de alerta sobre a ação da polícia, como também mensagens de apoio aos manifestantes e de divulgação dos acontecimentos, já que muitas vezes a imprensa local restringia a informação ou minimizava os fatos, divulgando os atos de vandalismo e não dando enfoque aos acontecimentos.

As redes Instagram (rede de compartilhamento de fotos) e o Youtube (envio e compartilhamento de vídeos) serviam de fonte para a população ver o que realmente estava acontecendo e divulgar, muitas vezes em tempo real, informações sobre as manifestações. Assim como o site de busca Google, onde o usuário poderia realizar pesquisas sobre os assuntos para obter mais informações sobre os atos e manifestações.

Neste artigo, focou-se na data de início do monitoramento do site, dia 16 de junho. As mudanças nos temas foram acompanhadas até o dia 26, dia da votação da PEC 37, somando, assim, um período de dez dias de análise e um total de 1.272,322 menções. Acredita-se que o site começou a funcionar dada a grande repercussão obtida após o quarto ato realizado pelo MPL, quando houve o confronto de policiais, manifestantes e imprensa. Com a violência ocorrida, a mídia abriu espaço maior para a cobertura das manifestações, inclusive criticando o Estado dada força bruta empenhada contra seus jornalistas e membros da imprensa. Dessa forma, houve uma vontade maior por parte de pesquisadores e estudiosos em acompanhar de perto e tentar entender os conflitos. Vê-se no site, assim, uma iniciativa de estudo e pesquisa dos movimentos sociais e das novas formas de mobilização e comunicação utilizadas pela massa.

A análise foi concluída no dia 26 de junho, um dia após a votação da PEC 37 e seu consecutivo veto, sendo caracterizada como uma repercussão das manifestações do povo brasileiro sobre a contrariedade a emenda.

Os resultados do monitoramento do site são divulgados em forma de um infográfico interativo, que apresenta as principais bandeiras de luta da população em círculos coloridos, onde cada cor se refere a um tema central e o tamanho do círculo a sua porcentagem de menções.



Figura 1 – Visão geral do site www.causabrasil.com.br no dia 16/6.

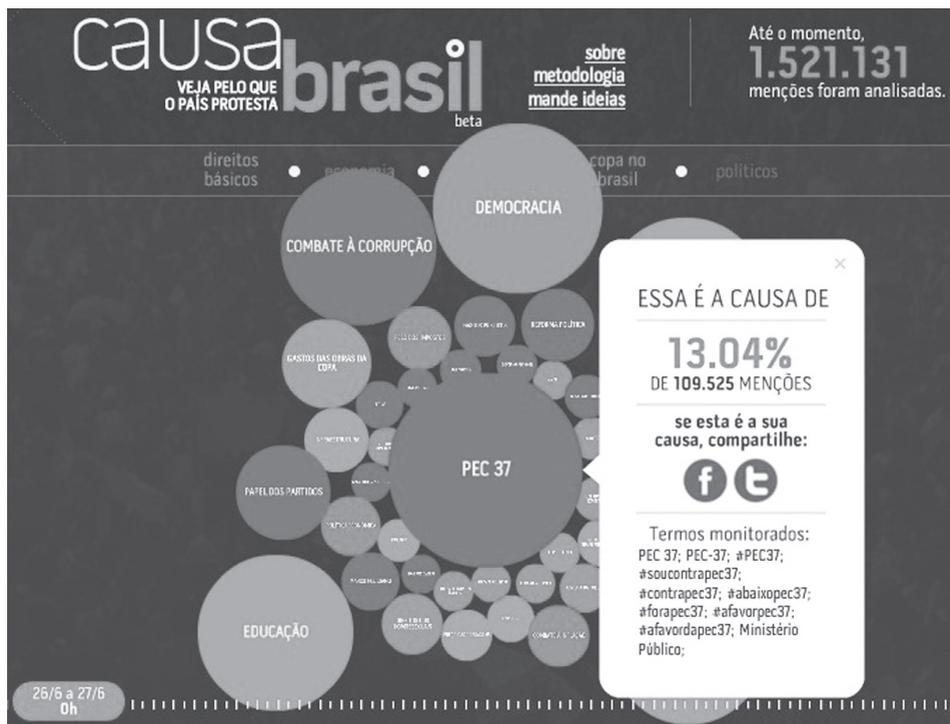
Fonte: CAUSA Brasil: veja pelo que o país protesta. Disponível em: <<http://www.causabrasil.com.br/>>. Acesso em: 5 jun. 2013.

Clicando-se em um círculo, abre-se uma caixa de diálogo com informações sobre o tema – por exemplo, preço das passagens, que era a reivindicação central do MPL e motivo que gerou as mobilizações em São Paulo:



Figuras 2 – Informações sobre a causa, com percentual, número de menções analisadas, termos monitorados e opções de compartilhamento.

Fonte: CAUSA Brasil: veja pelo que o país protesta. Disponível em: <<http://www.causabrasil.com.br/>>. Acesso em: 5 jun. 2013.



Figuras 3 – Informações sobre a causa, com percentual, número de menções analisadas, termos monitorados e opções de compartilhamento.
 Fonte: CAUSA Brasil: veja pelo que o país protesta. Disponível em: <<http://www.causabrasil.com.br/>>. Acesso em: 5 jun. 2013.

Analisamos as imagens do infográfico dos dez dias selecionados, à zero hora, pois foi o horário da primeira imagem do gráfico e também assim podia se ter o valor total de menções do dia, no período de 24 horas. Dessa forma, encontramos dez imagens diferentes, mas com muitas semelhanças.

Muitos temas se repetem dia a dia, como o caso do “preço das passagens” que abre o site com 27,66% (total de 188)³ das menções e se mantém em primeiro nos dias 17, com 23,90% (14.699); 19, com 10,80% (86.556); e dia 23, com 13,84% (31.511). O tema “Governo Dilma” e “Segurança” se repetem em primeiro lugar, respectivamente, nos dias 18, com 10,26% (total de 34.960) e 22, com 17,04% (120.743) para o primeiro e no dia 20, com 9,68% (289.792) e dia 21, com 9,58% (75.717) para o segundo. O tema “PEC 37”, que é a reivindicação na qual nos baseamos para fechar a análise, aparece somente no dia 26 entre as seis primeiras colocações, ficando neste dia em primeiro lugar, com 12,08% do total de 104.776 menções. Já nos dias 24 e 25, os temas classificados

3 Valor total de menções pesquisadas no dia.

em primeiro lugar foram “Reforma política”, com 11,29% (190.727); e “saúde”, com 10,81% do total de 134.841 menções diárias.

Conclusão

Fazer uma breve reflexão sobre o atual modo de utilização das redes sociais pelos brasileiros como forma de debater questões públicas e divulgar informações, que muitas vezes são negligenciadas pela mídia tradicional, e ver um exemplo dessa nova forma de organização popular aplicado a um grande acontecimento do país fizeram entender o real poder das redes sociais. Buscar compreender o movimento, suas reivindicações, as manifestações e a comunicação utilizada nas redes sociais, com suas especificidades e níveis é de extrema importância para construir um passo inicial nesse âmbito de pesquisa, para que se possa, posteriormente, determinar um panorama real das relações dos usuários, população, poder público e política, ampliando, assim, os estudos na área da Comunicação midiática e movimentos sociais e realizar debates específicos em cada área.

Nesse sentido, Dimantas (2010, p. 21) salienta o benefício dessa discussão:

Ao debater tal desconstrução da sociedade de massa, podemos admitir as mudanças e passar a agir de acordo com essa nova possibilidade. Há uma tendência de utilização cada vez maior dos meios binários – seja para comprar e vender, seja para distribuir informação comercial ou não. E essa tendência acompanha a forma de organização dos grupos sociais e sua capacidade de conversar de múltiplas maneiras.

Este estudo é relevante pelo fato de ser um acontecimento relativamente novo, sobre o qual os acadêmicos da área de Comunicação e cientistas sociais estão criando ainda teorias e estudos. Em vários momentos a população brasileira utilizou as redes sociais apenas como veículo de diversão ou de socialização, porém tal entendimento se alterou com os acontecimentos ocorridos neste ano, demonstrando um amadurecimento dos usuários das redes estudadas.

O termo *hashtag*, debatido, permite traçar paralelos referenciando antigos dizeres de ordem de manifestações passadas que o Brasil viveu. Alguns estudiosos, de maneira equivocada e ignorando a existência de reflexões anteriores sobre manifestações políticas públicas dos jovens, poderão utilizar tais acontecimentos para salientar uma nova forma de manifestação, porém, destaca-se que a juventude se mantém renovada

quanto à sua participação política e através dos novos meios de comunicação, as redes sociais, obteve novos instrumentos de discussão sobre as questões relevantes do país.

Gobbi (2010) afirma que não há somente uma revolução tecnológica, mas as tecnologias digitais de comunicação estão mudando a própria cultura e as formas de encarar o mundo. A autora afirma, ainda, que as relações individuais assumem patamares ampliados nas comunidades virtuais, onde as inter-relações de confiança e colaboração permitem a sobrevivência de inúmeros grupos em rede, experimentando de forma “virtual” o conceito de sociabilidade, num aparente antagonismo conceitual. Assim, nos adaptamos a essas tecnologias e aprendemos a utilizá-las de forma a tirar delas o melhor proveito possível, para buscar o bem-estar comum. Conforme citado, os usuários brasileiros demoraram para realizar essa utilização de forma a se unirem e debaterem questões públicas, porém, quando a fizeram, conseguiram êxito.

Destarte, confiamos ter dado um primeiro e pequeno passo rumo a um caminhar na busca do clareamento do uso das tecnologias na comunicação para que, um dia, possamos ter bases concretas de estudos e conceitos comunicacionais, como as definições matemáticas⁴.

Popular mobilization of Brazilian youth: go out the Facebook

Abstract

The paper studies the mobilization occurred in June 2013 in Brazil, initially under the banner of the Movement Free Pass, but without the existence of a lead, but multiple voices that alternate in search of social and economic change. The object of study is the communication made through social networks and their realization, or realization, the streets of major cities. The rallies demonstrate the power of communications media and a new phenomenon of talk, the use of social networks, now as uniting factor and not just a showcase of everyday life. The internet has become a new means of communication easy and free access, in addition to its fast dissipation data. Thus, the youth was used such technology to an uprising in the pursuit of social improvement of the cities where marches happened. Such a move still without an academic and social needs to be discussed so that, in addition to understood, can expand contributions to society, helping it in its claims. Was chosen as the site for the #causabrasil study and understanding of issues in which the public expresses dissatisfaction. The site performs an analysis with the

4 Consideramos criar gráficos evidenciando os valores encontrados, com números de cada grupo e tema mencionado, e destacando as *hashtags* mais utilizadas, como também listas e os termos de destaque nas redes sociais, segundo as pré-cadastradas, e exibir quadro a quadro as alterações no site #causabrasil, com opção de hora a hora e dia a dia, porém, para tal artigo reservou-se apenas a exposição do mecanismo do site e dos valores principais encontrados por motivos de extensão e espaço.

combination of hastags a list of pre-registered and a list of terms used by different users of Facebook, Twitter, Instagram, Youtube and Google, through monitoring tool Seekr, and an infographic presents the main political demands of the population.

Keywords: *Internet. Communication. Brazil. Youth. Social mobilization.*

Referências

BRASIL. Câmara dos Deputados. Proposta de Emenda Constitucional n. 37. 2011-20137, de 7 de dezembro de 2011. Acrescenta o § 10 ao art. 144 da Constituição Federal para definir a competência para a investigação criminal pelas polícias federal e civis dos Estados e do Distrito Federal. *Diário da Câmara dos Deputados*, 20 dez. 2012. Disponível em: <<https://www2.mp.pa.gov.br/sistemas/gcsubsites/upload/76/PEC%2037%20GERAL.pdf>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

CAUSA Brasil: veja pelo que o país protesta. Disponível em: <<http://www.causabrasil.com.br/>>. Acesso em 5 jun. 2013.

DIMANTAS, Hermani. *Linkania: uma teoria de redes*. São Paulo: Ed. Senac SP, 2010.

GOBBI, Maria Cristina. Nativos digitais: autores na sociedade tecnológica. In: _____; KERBAUY, Maria, Comp. *Televisão digital: informação e conhecimento*. São Paulo: Ed. Unesp, 2010. Disponível em: <<http://books.scielo.org>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

JENKIS, Henry *Cultura da convergência*. Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. Tradução de Décio Pignatari. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1995.

MOVIMENTO Passe Livre. *Movimento Passe Livre – São Paulo: por uma vida sem catracas*. 2013. Disponível em: <<http://saopaulo.mpl.org.br/>>. Acesso em 5 jul. 2013.

O RAPP. *Vem pra rua* (jingle). São Paulo: S de samba, 2013.

SILVA, Marco. *Que é interatividade*. Disponível em: <<http://www.senac.br/BTS/263/boltec263c.htm>>. 1995. Acesso em: 12 maio 2013.

VITTADINI, Nicoleta. Comunicar con nuevos media. In: BETTETINI, Gianfranco; COLOMBO, Fausto. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona: Paidós, 1995.

Enviado em 26 de setembro de 2013.

Aceito em 1º de novembro de 2013.