

Deliberação nos protestos de março de 2015: estudo da movimentação dos atores sociais no Twitter¹

Adriana Rabelo Rodrigues MARCELO²

Anelisa MARADEI³

Arthur Breccio MARCHETTO⁴

Marli SANTOS⁵

Karine Macedo CAVALCANTE⁶

Tayane Beatriz CAPELO⁷

Universidade Metodista de São Paulo, SBC

Resumo

O trabalho teve por objetivo observar a comunicação e a articulação dos atores sociais no Twitter durante as manifestações de março de 2015. Na oportunidade, uma parcela dos cidadãos brasileiros estiveram articulados pelo impeachment da presidente Dilma Rouseff. A pesquisa faz parte de um estudo mais amplo, envolvendo grande imprensa (jornais e agências de notícia) e conduzido por pesquisadores da Cátedra UNESCO-UMESP⁸. Para este artigo, foram analisados 627 posts, entre os dias 13 e 17 de março de 2015, dias que antecederam e precederam a data de maior concentração nas ruas: 15 de março. Além da pesquisa empírica, foi realizada revisão bibliográfica. Constatou-se que as mídias digitais abrem espaços para novas formas de mobilização e debate, mas que há ainda uma relevância no papel da mídia de massa.

¹ Trabalho apresentado no GP Ciberulturado XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Especialista em Assessoria, Gestão da Comunicação e Marketing pela Universidade de Taubaté, UNITAU, e mestranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, UMESP, email: adrianarodrig@gmail.com

³ Orientadora do Trabalho, Mestre e Doutoranda do Curso de Comunicação Social da UMESP – Universidade Metodista de São Paulo, email: ane@amaradei.com.br

⁴ Estudante de Graduação, 3º. ano do Curso de Jornalismo, UMESP, Universidade Metodista de São Paulo, email: arthur.marchetto@gmail.com

⁵ Coordenadora da pesquisa, Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, UMESP: marli.santos@metodista.br

⁶ Estudante de Graduação, 1º. Ano do Curso de Rádio e TV, UMESP, Universidade Metodista de São Paulo, email: karine_mcavalcante@hotmail.com

⁷ Estudante de Graduação, 1º. Ano do Curso de Rádio e TV, UMESP, Universidade Metodista de São Paulo, email: capelotayane@gmail.com

⁸ O estudo, coordenado pelo titular da Cátedra Unesco/Metodista José Marques de Melo, denominado “Um dia na imprensa brasileira”, faz um diagnóstico das categorias comunicacionais e gêneros jornalísticos dos principais jornais brasileiros, dando ênfase à temática manifestações de março de 2015. O estudo também é coordenado por Antonio Andrade, pesquisador da Cátedra Unesco/Metodista; Marli dos Santos, professora e coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UMESP, e Ricardo Alvarenga, jornalista e mestrando no referido Programa. A pesquisa apresentada neste artigo é um recorte que propõe aprofundar a temática com enfoque da repercussão das manifestações no ambiente digital.

Palavras-chave: comunicação; redes sociais digitais; protestos; ativismo.

1.Introdução

Os movimentos sociais online, que nos últimos anos se espalharam pelo mundo, são um desafio teórico a ser transposto para diversas áreas do conhecimento. Não é diferente para o campo da Comunicação Social. O presente trabalho teve por objetivo observar a comunicação e as articulações dos cidadãos nas redes sociais online durante as manifestações de março de 2015⁹. Foram protestos antigovernamentais, manifestações populares que ocorreram em diversas regiões do País, tendo como principais objetivos protestar contra o Governo Dilma Rousseff (PT) e a corrupção. Reuniram milhares de pessoas no dia 15 de março e também no dia 13 do referido mês. O primeiro grupo (dia 15) a favor do impeachment da presidente e o segundo contra.

No dia 13 de março, partidos de esquerda, centrais sindicais e movimentos sociais realizaram um ato em defesa da Petrobras, e contra o ajuste fiscal¹⁰ anunciado pela presidente poucos meses antes. O ato ocorreu em 24 estados e no Distrito Federal e, apesar de criticar as medidas de ajuste fiscal, os manifestantes, naquela oportunidade, se declararam contra o impeachment, sendo a defesa da democracia um dos motes do movimento.

Reeleita com uma vitória apertada nas urnas em 26 de outubro de 2014, quando Dilma (PT) obteve 51,64% dos votos e Aécio Neves (PSDB), 48,36%, a menor margem em um segundo turno desde a redemocratização, a presidente tem contabilizado índices de rejeição crescentes. Em 22 de junho de 2015, segundo o Data Folha, a reprovação ao governo Dilma atingiu seu índice mais alto (65%), desde o início do mandato em 2011. Em março deste ano, época das manifestações analisadas no presente estudo, o índice de reprovação era de 62%, segundo o mesmo instituto.

⁹ PROTESTOS antigovernamentais no Brasil em 2015. **Wikipédia**. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Protestos_antigovernamentais_no_Brasil_em_2015> Acesso em 13 jul 2015.

¹⁰ JUNGBLUT, Cristiane. PSOL protocola pedido de CPI do HSBC no Senado. **O Globo**. 26 fev 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/psol-protocola-pedido-de-cpi-do-hsbc-no-senado-15450915#ixzz3fp4hZppW>> Acesso em 13 jul 2015.

A taxa de rejeição do governo Dilma está, atualmente, em patamar próximo à enfrentada por Fernando Collor em setembro de 1992 (68%), pouco antes de ser afastado da Presidência da República, também segundo o referido Instituto. Mas, o que nos interessa observar é que o cenário de crise econômica, escândalos políticos, problemas de infraestrutura, de ajustes fiscais e de promessas revertidas, como o aumento das tarifas de energia, a reprovação à corrupção, entre outros relevantes fatores, motivaram os protestos de 15 de março de 2015, com articulações que pediam o impeachment da governante pelas redes sociais digitais. Na realidade, foram dois movimentos: um favorável, como já mencionamos anteriormente, e outro desfavorável. Assistimos, assim, a movimentação de atores sociais que se articularam em novas formas de ativismo e deliberação, num exercício democrático.

2. Metodologia do Trabalho

Para o desenvolvimento do trabalho foram coletados 26.289 posts do Twitter, fornecidos pela agência W3Haus, parceira neste projeto, que foram capturados por mecanismos de busca automatizados e localização semântica. Utilizamos 131 palavras-chave no processo de localização de hashtags, tais como: #manifestacaoSP, #manifestacaoRJ, #manifestacaoRN (entre outros estados), #ogiganteacordou, #naonosrepresentam, #vemprarua, #vemprarua15demarço, #dilmalindabrasilteam, #dia13, #panelaço, #globogolpista, #domingoeunaovouporque, #mudabrasil, #cutnasruas, #dianacionaldelutas, #midianinja, #protestobr, #protesto, #causa, #acordabrasil, #mudabrasil.

A escolha das palavras foi feita pelas demandas observadas nos próprios diálogos encontrados nas redes sociais, mediante monitoramento prévio realizado pela equipe de pesquisadores, e também por observação de temas e termos utilizados em convocatórias para as passeatas em matérias de veículos da grande imprensa. O artigo foi realizado por um grupo de seis colaboradores, sendo três universitários e um mestrando, todos da área de Comunicação, que contribuíram com a parte de auditoria de dados. Todos foram supervisionados por um doutor e um doutorando, que foram também responsáveis pelo desenvolvimento da metodologia da pesquisa empírica e pela revisão bibliográfica. Por questões metodológicas, o Twitter foi escolhido para o avanço do estudo, sendo que o horário de maior audiência nessa rede foi levado em conta para a realização do monitoramento.

Tomamos como base para o critério de eleição do horário e avanço em nossas observações, estudo realizado pelo Scup, “Horários Nobres das Redes Sociais”¹¹, que está em sua quinta edição. O estudo nos fez, assim, perceber que a maior concentração de postagem, à exceção das sextas-feiras, costuma ser realizada entre 20 e 22 horas. Por essa razão, para nossos trabalhos, optamos por canalizar esforços nas postagens concentradas nesses horários, nos dias 13, 14, 15, 16 e 17 de março, sendo que no dia 15 de março, ampliamos a amostra também para o horário da manifestação, ou seja, das 12 às 18 horas, pois consideramos de fundamental importância auditar o que estava acontecendo no momento exato dos protestos.

Como anteriormente já foi mencionado, houve dois momentos de importante articulação: os dias 13 de março e 15 de março. Neste sentido, consideramos fundamental que as observações, além do dia 15, nosso principal foco, canalizassem esforços também para os dias que precederam o evento principal, manifestações pelo impeachment, e também os dois dias que sucederam os protestos pelo impeachment.

A escolha do Twitter foi decorrente desta rede social ser um espaço de grande interatividade durante movimentos sociais, como o que já havíamos observado com o ocorrido em junho de 2013¹², no chamado outono brasileiro.

Como o volume de posts coletados durante nossa pesquisa foi muito elevado, conforme já mencionamos anteriormente (foram 26.289 posts), fizemos um recorte e trabalhamos com uma amostra de 723 posts, que acabou sendo reduzida para 627 posts por questões técnicas (perdas, posts que não puderam ser acessados etc). Não se trata de amostra probabilística, porém, as etapas de seleção respeitaram a representatividade da amostragem. Assim, observamos:

¹¹ HORÁRIOS nobres nas redes sociais. **Scup**. Disponível em <<http://scupideas.scup.com/ideas/horarios-nobres-redes-sociais>> Acesso em 13 jul 2015.

¹² PROTESTOS no Brasil em 2013. Wikipedia. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Protestos_no_Brasil_em_2013> Acesso em 13 jul 2015.

Tabela 1 –Posts Coletados

Dias	Horários	Posts Iniciais	Posts reduzidos a 3% do total
13 de março	20 às 22 h	2.228	66
14 de março	20 às 22h	1.385	41
15 de março	12 às 18h	12.645	72
15 de março	20 às 22h	4.420	378
16 de março	20 às 22h	3.366	100
17 de março	20 às 22	2.228	66
Total		26.289	723
Total Geral (considerando perdas)			627*

Fonte: elaboração do grupo de pesquisa

* 3% da amostra coletada menos as perdas

Na sequência, o trabalho contemplou o teor dos comentários contidos nos posts coletados: positivos, negativos e neutros, tomando como base se eram favoráveis ao impeachment da presidente Dilma. Também foram auditados os posts com retuítes, com *hashtags*, observados os dias de pico, a presença de sátiras, de menções a matérias de veículos de grande imprensa e se as mesmas pautaram os manifestantes de alguma forma durante os protestos. Além disso, observamos temas e debates relevantes que surgiram em meio às discussões sobre as manifestações. Todas essas ponderações serão analisadas com maior profundidade no item 4. Análise dos Dados. Além da pesquisa empírica, apoiamos nossas observações em revisão bibliográfica e consulta a pesquisas e matérias veiculadas na grande imprensa.

3. Ativismo nas Redes Sociais Digitais:

Historicamente, os movimentos sociais dependem da existência de mecanismos de comunicação. Grandes mudanças e conquistas sociais têm sido alcançadas a partir da mobilização dos cidadãos organizados pelas redes digitais. Com o advento da internet, surge o ciberativismo (LEMOS, 2003). Entretanto, o que constitui a característica própria do ativismo online, não se resume à simples incorporação da internet aos processos

comunicativos do ativismo, mas inclui a forma como essa tecnologia comunicativa transformou substancialmente os conceitos de participação, espaço democrático, identidade coletiva e estratégia política, implicando em uma mudança significativa nas formas de ação social por parte dos movimentos ciberativistas (MCCAUGHEY & AYERS, 2003 apud DI FELICE, 2013).

Em termos conceituais, podemos dizer que ciberativismo refere-se a “como utilizar a internet para dar suporte a movimentos globais e a causas locais, utilizando as arquiteturas informativas da rede para difundir informação, promover discussão coletiva de ideias e a proposição de ações, criando canais de participação”, (LEMOS, 2003).

Como sugere Felice (2013, p. 55), é possível distinguir três fases do net-ativismo, que, segundo o autor, estão na origem das formas atuais da divergências e conflitos sociais. A primeira, seria uma fase embrionária, ligada ao advento da internet. A segunda, marcada pela experimentação das primeiras formas de conflitos sociais que, pela internet, deslocam a ação social para uma espacialidade informático-planetária. A terceira, se caracteriza pelo advento da web 2.0 e dos social-network e se exprime em movimentos de protestos de vários tipos, na constituição de redes eficazes de ativismo e e colaboração. Segundo o autor:

O terceiro momento da conflitualidade net-ativista se difunde depois do advento da banda larga (web 2.0), do social network e da computação móvel (uso do smarphone e do wi-fi) e será marcado pela passagem de uma forma de conflitualidade informativa-midiática para formas reticulares autônomas e colaborativas de ativismo que, em muitos casos, serão responsáveis pela implementação de radicais processos de transformação [...]

Assim ocorreu com a Primavera Árabe, o Movimento *Occupy Wall Street*, os Indignados na Espanha e as manifestações de junho de 2013 no Brasil. Esses movimentos têm em comum a ausência de confiança nas instituições vigentes, a ocupação do espaço público e o uso das redes sociais digitais para a organização dos movimentos de protesto.

As mídias digitais exerceram um papel central nesses episódios históricos, seja na convocação dos atores sociais à participação nos protestos, seja nos processos de interação e debate, circulação e recirculação de informação, alerta durante os movimentos: sobre abertura de sinal de *wi-fi*, fechamento de ruas, posicionamento da polícia, entre outras formas de articulação.

Importante ressaltar que identificamos a necessidade de superar a perspectiva positivista que estabelece a mídia como bode expiatório da sociedade, considerando-a como responsável pela perpetuação da exploração e degradação cultural. No nosso entendimento,

tal posicionamento nos direciona a uma visão limitante, que não possibilita pensar a função social da mídia numa perspectiva de emancipação, desenvolvimento e transformação social, à qual abraçamos para o desenvolvimento de nossas ponderações.

Neste sentido, apoiaremos nossas sustentações em um autor responsável por uma das primeiras teorias das redes a considerar o papel relevante das tecnologias da informação para a transformação sociopolítica e econômica: Manuel Castells, que o fez em seu texto *A Era da Informação* (2002). Para ele, as redes digitais constituem a base material de transformação social. O autor propõe que {...} a geração, o processamento e a transmissão da informação tornam-se as fontes fundamentais de produtividade e poder [...] (Castells, 2002, p.65). Na concepção de Castells, dentro desta nova arquitetura social, a informação assume o papel central e as redes constituem a base material de transformação.

Mas, como sugere o mesmo autor, no prefácio da obra *Redes de Indignação e Esperança* (2013), não é apenas a pobreza e a crise econômica que causa a revolta dos cidadãos que assistimos nas sociedades contemporâneas. Assim como ocorreu em junho de 2013 no Brasil, ou mesmo agora, recentemente, em março de 2015, “[...] foi basicamente a humilhação provocada pelo cinismo e pela arrogância das pessoas no poder, seja ele financeiro, político ou cultural que uniu aqueles que transformaram medo em indignação[...]”, CASTELLS, (2013, p.8).

Como bem pondera Castells (2013, p.14),

Os movimentos sociais exercem o contrapoder construindo-se, em primeiro lugar, mediante um processo de comunicação autônoma, livre do controle dos que detêm o poder institucional. [...] As redes sociais digitais oferecem a possibilidade de deliberar sobre e coordenar as ações de forma amplamente desimpedida.

O que estamos presenciando em muitas partes do mundo e também no Brasil, é que há um jeito novo de lidar com e exercer o poder, um modo que imprensa e governos não estavam acostumados a encarar e que estão tendo que enfrentar. Com o advento da internet e com a propagação de blogs, sites e redes sociais digitais, como o Twitter, que aqui estudamos, não há mais necessidade de representação de governos, partidos políticos ou imprensa para se mobilizar uma nação.

Cada cidadão pode, neste novo contexto histórico, expressar sua opinião e tentar fazer valer seus direitos democráticos. Nesses espaços virtuais, os atores sociais podem buscar a mobilização e ouvir outros pontos de vista. Como pondera Zanotti (2014, p. 97), [...] o sistema midiático deverá ter importância cada vez mais estratégica em um mundo cada dia mais plural em número de vozes e, por consequência, em volume de versões.

Dentro deste novo cenário, Felice (2013) aponta a sistematização de um novo formato de organização ativista, de onde estaríamos passando de um discurso ideológico dos movimentos da era pré-internet, para um discurso sem ideologia; de um posicionamento político bem definido, para um modelo cosmopolítico múltiplo, onde emergem várias reivindicações; da sede pelo poder à atuação estranha à luta pelo poder. Neste modelo de ativismo não há líderes e os mesmos são hostilizados e há recusa a qualquer tipo de institucionalização, como temos tido a possibilidade de presenciar tanto em estudos realizados sobre as manifestações de junho de 2013 quanto no que aqui compartilhamos sobre as manifestações de março de 2015. Assim, vejamos as principais características propostas por Felice para caracterizar os movimentos sociais contemporâneos:

Tabela 2 – Características dos Movimentos Sociais

Características dos Movimentos Sociais Modernos	Características dos Movimentos em Redes
Identidade política coletiva	Anonimato e ausência de identidade política coletiva
Discurso ideológico	Discurso sem ideologia
Objetivos Políticos bem definidos	Objetivo cosmopolítico múltiplo
Luta pelo poder	Atuação estranha à lógica da luta pelo poder
Líderes e hierarquia bem definida	Formato organizativo em rede e a-hierárquico
Submissão dos meios às finalidades	Ação elíptica, não direcionada apenas ao externo
Tendência à institucionalização	Recusa de qualquer tipo de institucionalização
Previsibilidade	Imprevisibilidade
Temporalidade Diacrônica	Temporalidade Sincrônica
Espaço de ação: o local nacional	Espaço de ação: atopia e info-localidades

Fonte: Felice (2013, p. 59)

As novas formas de articulação nos movimentos sociais nos apresentam um modo de comunicação em mão dupla, em que todos podem ser receptores e transmissores de informações diversas. Entretanto, não advogamos a favor do fim das instituições, o que pode, no nosso entendimento levar à desorientação e a um retrocesso democrático. Mas nos distanciamos de uma postura apocalíptica e dos tecnófobos de plantão e acreditamos que há possibilidades a serem exploradas dentro desse novo panorama que as redes sociais digitais abrem aos cidadãos. Uma nova forma de ordem social que cria um processo dialógico.

4. Análise dos dados: observando o movimento no Twitter

Segundo reportagem da revista *Veja*, de 16 de março de 2015, 12 mil pessoas estiveram nos protestos de apoio à presidente Dilma Rouseff na Avenida Paulista, em São Paulo, no dia 13 de março de 2015, contra um milhão de pessoas nas manifestações contrárias ao governo no dia 15. O número de um milhão foi divulgado pela PM, mas o Datafolha contou 210 mil pessoas, o que não convenceu pela proporcionalidade com outros eventos como Parada do Orgulho *Gay* e *Réveillon* da Paulista de 2014.

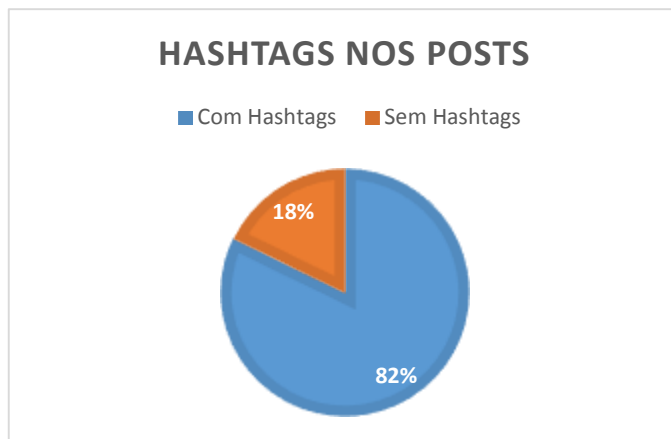
Assim como nas manifestações de junho de 2013, predominavam cartazes com palavras de ordem. Muitas palavras de ordem usadas em 2013 no Twitter foram recuperadas pelos manifestantes, como #vemprarua, #protestosbr. Novas demandas, entretanto surgiram, por meio de hashtags como #globogolpista, em decorrência do envolvimento de representantes da Globo no escândalo do HSBC¹³, no tocante à prática de evasão de divisas.

Em nossas observações, as hashtags (#) foram mecanismos muito presentes na comunicação dos atores sociais para expressar suas posições políticas a favor ou contra os protestos. Elas apareceram em 82% dos posts analisados. As mais constantes no período de pesquisa foram: #globogolpista, #menosodiomaisdemocracia (numa referência à hostilidade dos manifestantes à presidente Dilma); #vemprarua, #familiarinhohsbc.

Como era de se esperar, o dia em que as hashtags mais estiveram em evidência em nossas análises foi 15 de março, totalizando 332 posts com a presença dessa forma de manifestação. O horário em que vigoraram nas redes sociais digitais, nesta referida data, foi das 20 às 22 horas, após o período efetivo das manifestações, comprovando o que a pesquisa Scup havia nos sinalizado na parte introdutória deste artigo. O horário noturno parece ser mesmo o de grande preferência dos internautas para o uso das redes sociais digitais.

¹³ JUNGBLUT, Cristiane. PSOL protocola pedido de CPI do HSBC no Senado. *O Globo*. 26 fev 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/psol-protocola-pedido-de-cpi-do-hsbc-no-senado-15450915#ixzz3fp4hZppW>> Acesso em 13 jul 2015.

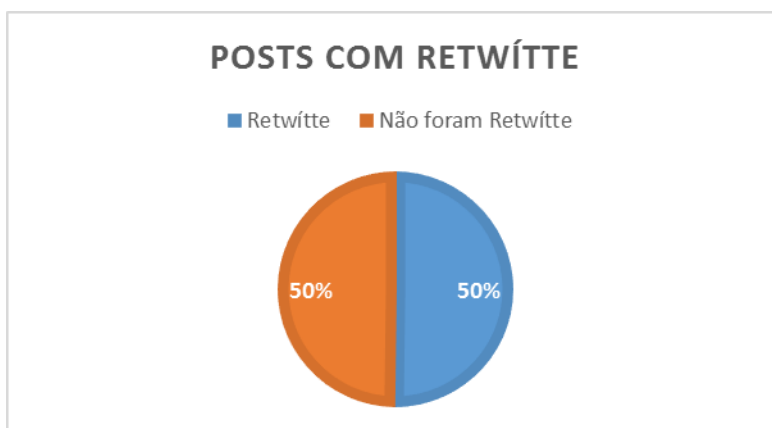
Grafico 1: Hashtags



Total de Posts Analisados – 100% - 627 Posts
Com Hashtags – 82,2% - 516 Posts/ Sem Hashtags – 17,8% - 111 Posts
Fonte: Elaboração do Grupo de Pesquisa

No tocante à circulação das notícias por meio do reaproveitamento de informação de terceiros, ou seja, os chamados retuítes que, segundo Barefoot e Szabo (2010), ocorrem “quando outro usuário do Twitter republica uma mensagem que você publicou originalmente”, observamos essa forma de interação em 50% dos posts auditados em nossa pesquisa. No decorrer do trabalho, pudemos observar que os retuítes foram usados para compartilhar sentimento, fazer brincadeiras sobre o movimento, demonstrar posicionamentos políticos, chamar os cidadãos a participarem dos protestos, alertar sobre articulações etc. Assim, podemos observar que seriam uma “maneira pela qual as mensagens de direção única se tornam virais” (BAREFOOT, D; SZABO, J, 2010, p.240).

Gráfico 2: Posts com Retuíte



Total de Posts Analisados – 100% - 627 Posts
Com Retuíte – 50,7% - 318 Posts / Sem Retuíte – 50,3% - 309 Posts
Fonte: Elaboração do Grupo de Pesquisa

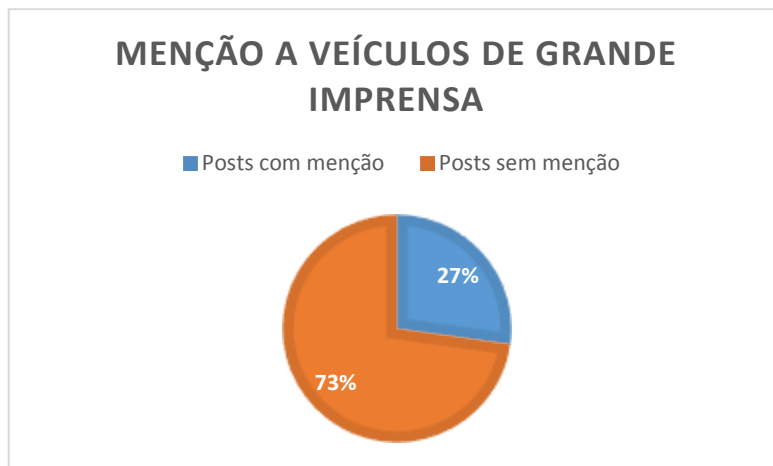
Observamos também, no processo de pesquisa, se os cidadãos se pautaram pelos veículos de comunicação da grande imprensa, portais, rádios, revistas e jornais (Veja, O Estado de S. Paulo, UOL, CBN e outros grandes veículos espalhados pelo Brasil, líderes de audiência em seus estados, como A Crítica, de Manaus, O Popular, de Goiânia, Zero Hora, de Porto Alegre, etc). Buscamos verificar o quanto os atores sociais se apoiaram na grande imprensa para fazer suas ponderações e se compartilharam as matérias dos veículos de comunicação durante suas interações nas redes sociais digitais. Em 27% das oportunidades, pudemos perceber que houve, nos posts analisados, um vínculo com a mídia massiva.

O número, inicialmente pouco expressivo, não desmerece a força da mídia de massa da circulação de informação na sociedade midiaticizada, especialmente nas redes digitais. Além disso, as pessoas podem ter disseminado informações da mídia sem fazer referência direta a veículos de grande imprensa. Neste ponto, é importante salientar que, ainda que o Twitter não seja destinado para a prática jornalística, ele tem sido muito utilizado para tal fim e tem também sido muito apropriado pelos cidadãos em momentos reivindicatórios para a divulgação de fatos de relevância social, inclusive ecoando as vozes que partem da mídia de massa. Como sugere Zago (2012, p.03):

Da mesma forma como os veículos se apropriam desses espaços para distribuir notícias, também os interagentes podem utilizar sites de redes sociais para comentar – expressar opinião, criticar, reagir com humor a determinados acontecimentos jornalísticos – e para filtrar – postar pequenas notas, links ou manchetes – notícias, vindo a contribuir para uma recirculação jornalística.

O fato é que, como propõe Gamson e Wolfsfeld (1993), os movimentos sociais ainda dependem da grande mídia para três finalidades inter-relacionadas: mobilizar suporte político, aumentar a legitimidade e validação de suas demandas e permitir opiniões.

Gráfico 3 – Menção a Veículos de Grande Imprensa

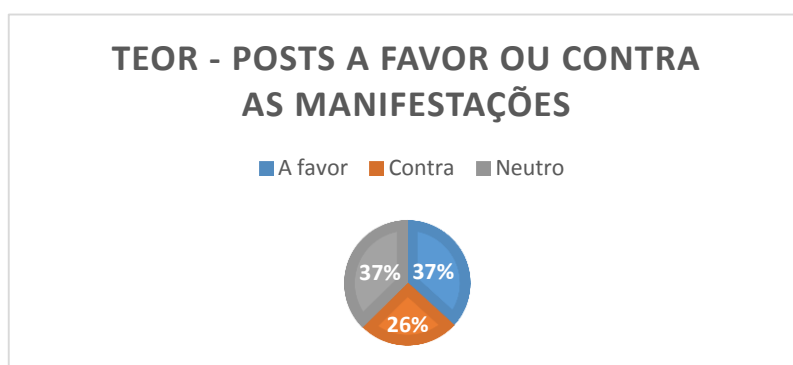


Total de Posts Analisados – 100% - 627 Posts
 Com Menção – 27,2% - 170 Posts/ Sem Menção – 72,8% - 457 Posts
 Fonte: Elaboração Grupo de Pesquisa

Outro dado relevante foram as interações democráticas propiciadas pela rede social a favor e contra o governo, a favor e contra as manifestações e o impeachment. Tomamos como base o teor dos discursos dos posts para realizar nossa análise classificatória. Deparamo-nos com uma ampla diversidade de opiniões e um debate instaurado na sociedade brasileira, mostrando uma fragmentação de opiniões acerca do processo.

Foram 37% de posts neutros, que não puderam ser classificados como ofensivos ou críticos, mas que também não tomaram partido a favor das manifestações, 37% que se posicionaram favoravelmente aos protestos e 26% que foram contra, alegando, inclusive, que tal procedimento seria antidemocrático e inconstitucional.

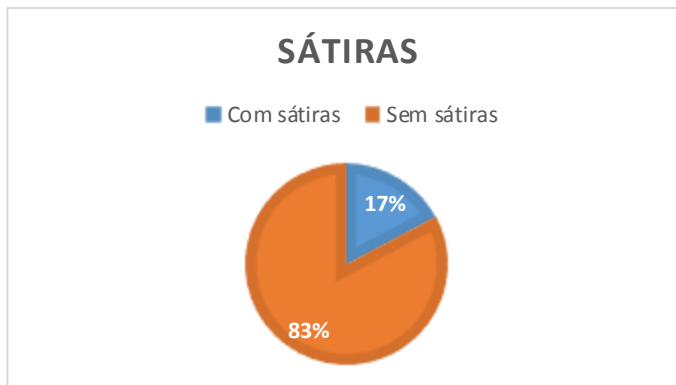
Gráfico 4 – Teor dos Posts



Total de Posts Analisados – 100% - 627 Posts
 A favor – 36,8% - 230 Posts / Contra – 25,8% - 162 Posts / Neutro – 37,4% - 235 Posts
 Fonte: Elaboração Grupo de Pesquisa

Por fim, mensuramos também as manifestações jocosas. O índice não foi tão elevado quanto inicialmente esperávamos, atingindo 17% do total dos posts, mas tivemos algumas menções relevantes, mostrando que o humor ainda é muito utilizado na rede para propagar o debate e inspirar o senso crítico e democrático.

Gráfico 5 – Comentários Jocosos



Total de Posts Analisados – 100% - 627 Posts
 Com sátira – 17,2% - 108 Posts / Sem sátira – 82,8% - 519 Posts
 Fonte: Elaboração Grupo de Pesquisa

Considerações Finais

O estudo buscou se focar na movimentação dos cidadãos no Twitter durante as manifestações de março de 2015, que tiveram como objetivo principal articulações pró impeachment da presidente do Brasil., Dilma Rousseff. Os sucessivos escândalos envolvendo o governo, como o tão propagado episódio da Petrobrás, além da volta do desemprego no País, bem como da inflação, levaram à aceleração e intensificação dos protestos que observamos no período.’

Em termos de comunicação pelas redes sociais digitais, observamos que o Twitter é uma ferramenta utilizada em larga escala durante protestos para propagar informações e promover debates. A limitação de caracteres não torna a ferramenta menos popular e poderosa, pois ela tem a seu favor hipertextos, aposição de links com imagens e textos que complementam a informação inicial.

O dia 15 de março foi de grande demanda de postagens. Se tomarmos o horário das 20 às 22 horas como parâmetro, mensurado todos os dias, verificaremos que houve, nesta data, um pico de audiência. As hashtags continuam sendo a voz norteadora do Twitter para

abrir espaços, chamar atenção para questões relevantes, problematizar fatos, levar temas ao topo dos comentários desta mídia (*trending topics*).

Mais uma vez, a exemplo do que já assistimos em outros protestos contra governos, como Primavera Árabe, *Ocupy Wall Street*, Os Indignados na Espanha e as manifestações de junho de 2013 no Brasil, os movimentos de março de 2015 no País demonstram a ausência de confiança nas instituições vigentes. Têm início nas redes sociais digitais, mas, posteriormente, partem para a mobilização social e ocupação do espaço público. Assim, constata-se que as mídias digitais exercem um papel central na convocação dos atores sociais da contemporaneidade à participação dos protestos.

Por fim, importante ressaltar que a mídia de massa ainda exerce um papel relevante nesses contextos. Um terço dos posts auditados fez referência a algum veículo de grande imprensa, o que não exclui que os demais tuítes tenham sido também influenciados, de alguma forma, pela mídia de massa, que ainda tem importantes funções em movimentos como o aqui estudado, tais como: mobilizar suporte político, aumentar a legitimidade e validação de suas demandas e permitir opiniões.

Referências Bibliográficas

BAREFOOT, Daren; SZABO, Julie. **Manual de marketing em mídias sociais**. São Paulo: Editora Novotec, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DI FELICE, M. Ser redes: o formismo digital dos movimentos net-ativistas. **Revista Matrizes**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação da Universidade de São Paulo. São Paulo. Ano 7, n. 2, p. 49-71, jul-dez. 2013.

DILMA é reeleita na disputa mais apertada da história; PT ganha 4º mandato. **Uol**. 26 out 2014. Disponível em: <<http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/10/26/dilma-cresce-na-reta-final-e-reeleita-e-emplaca-quarto-mandato-do-pt.htm>> Acesso em: 13 jul 2015.

EM CAMPANHA mais acirrada da história, Dilma é reeleita presidente da República. **IG**. 26 out 2014. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2014-10-26/em-campanha-mais-acirrada-desde-1989-dilma-e-reeleita-presidente-da-republica.html>>. Acesso em 13 jul 2015.

GSMDON, William A; WOLFSSFELD, Gary. Movements and Media as Interacting Systems. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**. 1993.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luís C; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

HORÁRIOS nobres nas redes sociais. **Scup**. Disponível em <<http://scupideas.scup.com/ideas/horarios-nobres-redes-sociais>> Acesso em 13 jul 2015.

JUNGBLUT, Cristiane. PSOL protocola pedido de CPI do HSBC no Senado. **O Globo**. 26 fev 2015. Disponível em:<<http://oglobo.globo.com/brasil/psol-protocola-pedido-de-cpi-do-hsbc-no-senado-15450915#ixzz3fp4hZppW>> Acesso em 13 jul 2015.

LEMOS, André. Ciberativismo. **Correio Braziliense**, Caderno Pensar, 15 nov 2003.

Mazetto, Luiz. Mais de 70% dos usuários do Twitter no Brasil acessam app via mobile. **IDG NOW**. 26 nov 2014. Disponível em:<<http://idgnow.com.br/mobilidade/2014/11/27/mais-de-70-dos-usuarios-do-twitter-no-brasil-acessam-app-via-mobile/>> Acesso em 13 jul 2015.

PROTESTOS antigovernamentais no Brasil em 2015. **Wikipédia**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Protestos_antigovernamentais_no_Brasil_em_2015> Acesso em 13 jul 2015.

PROTESTOS no Brasil em 2013. **Wikipédia**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Protestos_no_Brasil_em_2013> Acesso em 13 jul 2015.

RECORDE, rejeição a Dilma atinge 65%. **Uol**. 22 jun 2015. Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2015/06/1646136-recorde-rejeicao-a-dilma-atinge-65.shtml>> Acesso em 13 jul 2015.

SEIS diferenças entre as manifestações de 13 e 15 de março. **Veja**. 16 mar 2015. Disponível em:< <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/6-diferencas-entre-as-manifestacoes-de-13-e-15-de-marco/>> Acesso em 13 jul 2015.

ZAGO, Gabriela. **O Twitter como suporte para produção e difusão de conteúdos jornalísticos**. 6º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, realizado em São Bernardo do Campo, SP. p.9, 2008. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.uff.br%2Fciberlegenda%2Fojs%2Findex.php%2Frevista%2Farticle%2Fdownload%2F2%2F14&ei=QQ0sVLS0OffCsAT3wIDIDA&usq=AFQjCNGxRIhbb6HRJ-pB7-U-ZUxh67_HcA>. Acesso em 10 jul 2015.

ZANOTTI, Carlos Alberto. Entre baderneiros e cidadãos: a cobertura da imprensa nas manifestações de junho de 2013. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, S.P., v.35, n.2, 1º. Semestre de 2014.