



A direita se mobiliza: estudo do uso de redes sociais de internet por grupos de direita no Brasil¹

Claudio Luis de Camargo PENTEADO²

Celina LERNER³

Universidade Federal do ABC, São Bernardo do Campo, SP

Resumo

Este artigo analisa o uso do Facebook como ferramenta de comunicação política na sociedade de informação durante as mobilizações contra a presidente Dilma Rousseff e contra o PT no Brasil em março de 2015. Entendendo post em mídia social como um novo gênero de discurso, analisamos temas e estilos das páginas: Revoltados ON LINE, VemPraRua e Movimento Brasil Livre e verificamos as diferentes estratégias de mobilização adotadas. A primeira destaca-se pelo ataque à esquerda e pela franca exibição dos autores da página; a segunda utiliza celebridades com um discurso uniforme para mobilizar para a manifestação; a terceira constrói a narrativa dos protestos e também ataca a esquerda, mas estabelece uma relação de reciprocidade com a mídia tradicional.

Palavras-chave

Redes sociais, Facebook, política, direita, mobilização

1. Introdução

Desde o começo, nos anos 1990, a internet tem sido usada para o debate público em fóruns de discussão e comentários seções em websites, no entanto, o acesso era geralmente limitado a uma parcela da sociedade que já era interessada em questões políticas (NORIS, 2003). Com a ascensão das redes sociais no final da primeira década dos anos 2000, a internet ganhou uma ferramenta mais poderosa, globalizada e interativa que atrai milhões de usuários para suas plataformas. Exemplos de mobilizações sociais com forte uso da rede foram os casos da Primavera Árabe, os Indignados na Espanha, Occupy Wall Street nos EUA, YoSoy132 no México e as Jornadas de Junho de 2013 no Brasil.

As manifestações que tomaram as ruas de várias cidades do Brasil em junho de 2013 se articularam nas redes sociais originalmente ligadas a movimentos de esquerda, como o Movimento Passe Livre. Porém, com a expansão das manifestações de

¹ Trabalho apresentado no GT Comunicação e Política do PENSACOM BRASIL 2015.

² Professor do Programa de Pós-graduação em Ciências Humanas e Sociais da UFABC.

³ Doutoranda Programa de Pós-graduação em Ciências Humanas e Sociais da UFABC.

indignação política vieram à tona movimentos ligados à direita, com defesa de pautas conservadoras, “moralizadoras”, defesa da intervenção militar e outras bandeiras presentes no conservadorismo brasileiro⁴. A esses, juntaram-se movimentos vinculados à ideologia de partidos que sustentam ideais liberais em oposição a uma concepção esquerdista de Estado do bem-estar social.)

Esses grupos tiveram uma intensa participação na campanha presidencial brasileira de 2014, atuando fortemente dentro das redes sociais na disseminação de um discurso centrado nas pautas anticorrupção, antiPT (contra o Partido dos Trabalhadores), pela redução da maioria penal, entre outras. Após as eleições, os grupos mantiveram-se atuantes nas mídias sociais e iniciaram um ciclo de convocações para protestos contra a presidente eleita Dilma Rousseff. Em março e abril de 2015, milhões de pessoas foram às ruas protestar contra o governo do PT.

Inserido nesse contexto, este artigo é o início de um estudo maior sobre o Facebook como ferramenta de comunicação política na sociedade de informação durante as mobilizações contra a presidente Dilma Rousseff e contra o PT no Brasil, em 2015. Analisamos especificamente as postagens das páginas Movimento Brasil Livre, VemPraRua e Revoltados ON LINE, que convocaram, de forma independente e através de estratégias distintas, seus fãs para as manifestações do dia 15 de março.

2. Movimentos sociais de direita e mobilização na internet

A expansão da internet tem provocado transformações nas ações políticas contemporâneas. Como destaca Benckler (2011), com a internet têm surgido novos tipos de poder e liberdade: possibilidade de vazamento e disseminação de informações; fuga do controle da informação pelas grandes corporações midiáticas; e novas formas de mobilização da opinião pública. Para o autor, a atual configuração da sociedade reflete um momento histórico específico no qual as redes de informação e comunicação desempenham um papel central na reconfiguração da organização da produção, poder e do significado.

⁴ Sobre conservadorismo no Brasil, ver: FERREIRA, Gabriela Nunes e André Botelho (orgs). **Revisão do pensamento conservador: ideias e políticas no Brasil**. São Paulo: Hucitec, 2010; e MERCADANTE, Paulo. **A consciência conservadora no Brasil**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1972.

Castells (2009) argumenta que o poder na Sociedade em Rede é o “poder da comunicação”, isto é, o poder de produzir sentidos e significados pelo uso eficiente dos mecanismos de comunicação e influência na formação da opinião pública.

Inserido nesse arranjo informacional de transformações, os movimentos sociais contemporâneos procuram articular e adaptar suas práticas e mecanismos de atuação dentro desse contexto. Os movimentos sociais podem ser compreendidos, segundo Gohn (2011, p. 335), como:

ações sociais coletivas de caráter sociopolítico e cultural que viabilizam formas distintas de a população se organizar e expressar suas demandas (cf. Gohn, 2008). Na ação concreta, essas formas adotam diferentes estratégias que variam da simples denúncia, passando pela pressão direta (mobilizações, marchas, concentrações, passeatas, distúrbios à ordem constituída, atos de desobediência civil, negociações etc.) até as pressões indiretas.

Segundo a autora, os movimentos sociais têm construído representações simbólicas afirmativas por meio de discursos e práticas, possibilitando a criação de identidades para grupos antes dispersos e desorganizados e projetam em seus participantes sentimentos de pertencimento social (Melucci,1996). A leitura otimista de Gohn (2011) enfoca principalmente movimentos progressistas que, atuando em rede, constroem ações coletivas de resistência à exclusão e luta pela inclusão social.

O marco do uso da internet por movimentos sociais ocorreu em 1994, com o início da web, quando o movimento indígena Zapatista usou a rede mundial de computadores para formar uma rede global de apoio e solidariedade. Em 1999, durante os protestos antiglobalização, que ficaram conhecidos como a “Batalha de Seattle”, o uso da internet foi estratégico na coordenação dos grupos de manifestantes (ALCANTARA & d'Andrea, 2014). Desde então, diversos protestos e mobilizações políticas têm-se organizado na e pela internet, destacando-se o papel do uso das redes sociais de internet (RSI), como apontam os estudos de Castells (2103) sobre as redes de indignação que eclodiram em diferentes países e regiões do mundo a partir de 2011

(Primavera Árabe, Indignados na Espanha, Occupy Wall Street nos Estados Unidos e as Jornadas de Junho de 2013 no Brasil).

Contudo, a insatisfação com o funcionamento das instituições não é exclusividade dos movimentos sociais situados mais à esquerda no espectro político. As ferramentas de comunicação, sociabilidade e formação de capital social (CARNIELO, 2013), comumente associadas a movimentos e coletivos de caráter emancipatórios, também são apropriadas por grupos de defesa de valores conservadores ligados à direita na defesa de suas causas, na publicização de seu discurso e na formação de redes políticas informacionais.

Esse movimento começa a ser mapeado no Brasil após junho de 2013, no contexto eleitoral de 2014 e em seus desdobramentos. Se em junho de 2013 os twittes com a hashtag #VemPraRua eram disseminados por pessoas não famosas com cerca de 300 seguidores, em 2015, partidos e celebridades tomaram a dianteira e assumiram posições centrais na disseminação de informações e na convocação dos protestos contra Dilma sob a mesma hashtag (Falcão et al, 2014. Malini, 2015a). Desde meados de 2014, mais de 400 páginas de direta no Facebook vêm sendo monitoradas por pesquisadores do Laboratório de Estudos da Imagem e Cibercultura (Labic), da Universidade Federal do Espírito Santo (Malini, 2015b). Malini identifica quatro perspectivas em torno das quais a rede de oposição ao governo se organiza: 1. páginas que atacam o PT e defendem valores conservadores; 2. páginas nacionalistas e anti-comunistas; 3. páginas identificadas religiosamente, principalmente evangélicas neopentecostais; e 4. páginas cuja principal pauta é o Impeachment da presidente Dilma. As páginas analisadas neste artigo encontram-se no primeiro grupo (Revoltados ON LINE) e no quarto (MBL e VemPraRua).

3. Metodologia

O texto, segundo Bakhtin (2006b), é o dado primário, o ponto de partida de diferentes disciplinas nas ciências humanas. É no texto, verbal ou não, que as ideias e pontos de vista se materializam. Para o autor, os discursos são produzidos de acordo com as diferentes esferas de atividade do homem. Por exemplo, o gênero do discurso que se fala em uma mesa de bar é diferente do que se fala em uma sala de aula, que por

sua vez é diferente do gênero que se usa em um tribunal ou do gênero romance literário (Rodrigues, 2004; Brandão, 2005).

Neste estudo, lançamos um olhar mais detido sobre o que consideramos ser um novo gênero: postagem ou *post* de mídia social, ou mais especificamente, *post* de comunidade política no Facebook.

Investigamos a construção do discurso ao redor do protesto contra o governo Dilma a partir da identificação dos **temas** e dos **estilos** presentes em cada postagem. O tema do *post* é o assunto considerado principal. Já, o estilo, na perspectiva bakhtiniana, é indissociável do gênero e faz referência ao “tom de voz”, à incorporação de outros gêneros ou às estratégias adotadas pelo enunciador para atingir aquele com quem ele fala.

Coletamos ao todo 306 *posts*, referentes às publicações das páginas Revoltados ON LINE, VemPraRua e Movimento Brasil Livre entre os dias 13 e 16 de março de 2015⁵. O período nos permite avaliar as estratégias de convocação, registro e repercussão das manifestações contra o governo Dilma do dia 15 de março. Iniciamos a análise com uma breve apresentação de cada página a partir da observação de elementos discursivos das mesmas e, em seguida, apresentamos sumariamente os dados obtidos acompanhados de análise comparativa.

4. Resultados

4.1. Revoltados ON LINE, Movimento Brasil Livre e VemPraRua

A página Revoltados ON LINE <www.facebook.com/revoltadosonline/> é uma comunidade no Facebook fundada em agosto de 2010 que se define como “uma ORGANIZAÇÃO DE INICIATIVA POPULAR DE COMBATE aos corruPTos do PODER”. No dia da manifestação de 15 de março, a Revoltados ON LINE tinha aproximadamente 707 mil fãs no Facebook. Seus organizadores costumam assinar os posts publicados e se intitulam equipe administrativa ou administradores da página. Inicialmente, os membros da equipe foram apresentados com a publicação de fotos

⁵ Contamos com o imprescindível apoio de Beatriz Mayumi, aluna do Bacharelado em Ciência e Tecnologia da UFABC, na extração dos links para os *posts* analisados.

pessoais acompanhadas pelos assuntos dos quais tratariam, como: maus tratos a animais; violência contra a mulher; criança e adolescente; política; e corrupção política. Dos oitos apresentados no ano de 2010, apenas Marcelo Reis, responsável por “assuntos gerais” continuava postando no período analisado em 2015. Reis é paulista, mas a página conta com a colaboração de pessoas em vários estados, como a advogada Beatriz Kicis, de Brasília; a dupla de músicos Os Reaças, do Rio Grande do Sul; o Batman das Manifestações, do Rio de Janeiro; entre outros.

O Movimento Brasil Livre <www.facebook.com/mblivre>, segundo definição da própria página, “é uma entidade partidária que visa a mobilizar cidadãos em favor de uma sociedade mais livre, justa e próspera. Por um Brasil livre de injustiças, opressão estatal e corrupção!”. A primeira postagem da comunidade data do dia 17 de junho de 2013, dia que marca a expansão dos protestos contra o aumento da tarifa após a repressão policial do dia 13 em São Paulo. Os *posts* mais relevantes do início da comunidade são links para conteúdos da página ordemlivre.org, da organização Estudantes pela Liberdade, e vídeos com linguagem “jovem” sobre o excesso de impostos e outros problemas do Brasil. Esses *posts* iniciais não são assinados. Em março de 2015, os *posts* continuavam sem assinatura, contudo, algumas figuras se destacam em publicações sobre o próprio movimento e em vídeos opinativos, como os jovens Kim Kataguirí e Fernando Holiday, ambos de São Paulo. No dia 15 de março de 2015, a página do Movimento Brasil Livre tinha cerca de 65,5 mil fãs.

A página Vem Pra Rua Brasil <www.facebook.com/VemPraRuaBrasil.org> foi criada em 16 de outubro de 2014, doze dias antes do segundo turno das eleições presidenciais. Sua descrição é: “VemPraRua manifestar sua indignação conosco. Nossa bandeira é a DEMOCRACIA, a ÉTICA NA POLÍTICA e um ESTADO EFICIENTE e DESINCHADO.” Os *posts* não são assinados, mas destacam-se no período inicial vídeos pessoais do senador Aécio Neves, PSDB-MG; do senador eleito José Serra, PSDB-SP; da deputada federal Mara Gabrili,

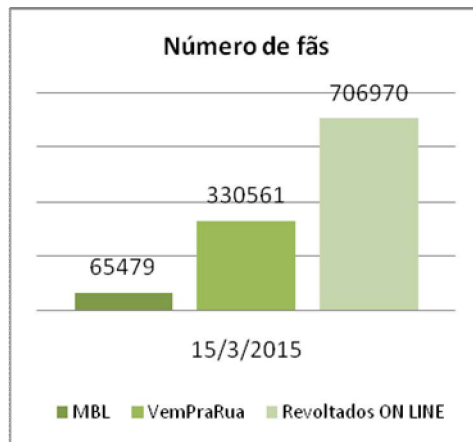


Gráfico 1. Fãs por página no dia 15/03
 Fonte dos dados: FanpageKarma.org

PSDB-SP; do ex-candidato a presidente pelo PV, Eduardo Jorge e de outros políticos chamando para manifestação contra a corrupção no dia 06/12/2014⁶. Em março de 2015, as personalidades políticas não apareceram. Em seu lugar, vários atores do elenco da Rede Globo gravaram vídeos convocando a população a ir para a rua no dia 15. Na data, a página contava com aproximadamente 330,5 mil fãs.

As três páginas fizeram convocações para as manifestações do dia 15 de março de forma independente, não havendo menção de uma a outra. Em maio, Revoltados ON LINE e Movimento Brasil Livre se aproximam durante marcha para Brasília, liderada pelo MBL. Mais recentemente, as três páginas lançaram uma convocação conjunta para megamanifestação no dia 16 de agosto.

4.2. Temas

Identificamos 35 temas diferentes, os quais distribuímos em 8 subgrupos. O maior subgrupo, Manifestação, reúne postagens cujo tema é a manifestação contra o governo Dilma no dia 15/03. O subgrupo mais diverso é o classificado como Governo Dilma, que comporta assuntos ligados à política do governo federal, como: economia, educação e a própria gestão do executivo. Dentro do subgrupo Esquerdismo estão *posts*

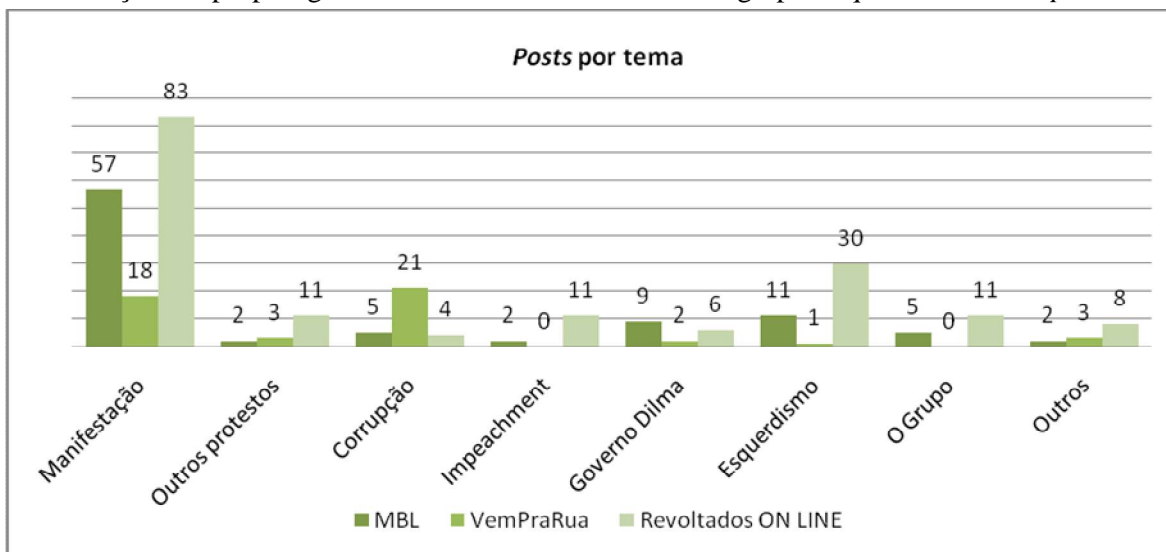


Gráfico 2. Número de posts classificados por tema
Fonte: os autores

⁶ Segundo a Folha, cerca de cinco mil pessoas protestaram contra Dilma na avenida Paulista no dia 06/12/2015 < <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/12/1558809-manifestantes-em-sp-protestam-contra-dilma-e-escandalo-na-petrobras.shtml>>

sobre o PT, Lula, MST, CUT, Foro de São Paulo, as manifestações pró-Dilma do dia 13/03 e outros. A categoria O Grupo reúne *posts* em que o assunto principal são os próprios autores da página. A maioria dos *posts* do MBL, 60%, teve como tema a manifestação contra o governo Dilma. Durante o dia 15/03, a página dedicou-se a publicar fotos e vídeos dos protestos em várias cidades quase que simultaneamente aos fatos. Para além do tema Manifestação, ganham destaque os *posts* que tratam de Esquerdismo, 11 *posts* ou 12% do total; Governo Dilma, 9 *posts* ou 10% do total; e O Grupo e Corrupção, ambos com 5 *posts* ou 6% do total cada.

O tema mais presente na VemPraRua foi Corrupção, com 21 *posts* ou 44% do total. “Basta de impunidade! Basta de corrupção! Tá na hora de a gente viver num país mais justo! Vem pra Rua”, diz o cantor Latino ao volante do seu carro em um vídeo de 12 segundos. Embora o tema seja corrupção, nenhum dado ou nome de personalidade política aparece. O mesmo se repete na maioria dos vídeos do VemPraRua. Mesmo sendo vídeos de chamado para a manifestação, preferimos classificá-los sob o tema corrupção, pois esta seria o motivador da indignação e ir as ruas seria consequência. Manifestação, enquanto tema central, apareceu em segundo lugar, com 18 *posts* ou 38%.

Metade das publicações da página Revoltados ON LINE, 83 *posts*, teve o tema Manifestação. O assunto esteve presente nas publicações dos quatro dias, com destaque para as estratégias de convocação e divulgação dos acontecimentos. Mesmo em meio às manifestações, a página não deixou de publicar *posts* de crítica à esquerda. O segundo tema mais abordado nas postagens da página foi o Esquerdismo, 30 *posts* ou 18% do total. Outros protestos contra Dilma, Impeachment e o próprio Grupo, tiveram 11 *posts* ou 7% do total cada.



Figura 1. Post. Tema: Manifestação. MBL



Figura 2. Post. Tema: Esquerdismo. Revoltados ON LINE.



Figura 3. Post. Tema: Governo Dilma. MBL



Figura 4. Post. Tema: Corrupção. VemPraRua.

4.3. Estilos

No estilo dos *posts* encontramos a expressão da individualidade de quem escreve, seja na entonação como “um dos recursos para expressar a relação emotivo-valorativa do locutor com o objeto do seu discurso” (Bakhtin, 2006b, p.309) ou nos recursos lexicais, gramaticais e composicionais do enunciado escolhidos a partir das intenções enunciativas para com quem ele fala (Brandão, 2005). Analisamos os estilos presentes nas postagens a partir de três perguntas: 1. qual o “tom de voz”, a emotividade, empregada pelo enunciativo?; 2. qual a intenção do enunciativo para com o interlocutor?; 3. qual gênero mais tradicional e estável é incorporado e dá o tom do

enunciado? As repostas a essas perguntas são múltiplas, por isso, a soma dos estilos registrados por *post* ultrapassa o valor total dos mesmos.

Destaca-se a prevalência dos *posts* com estilo “registro de acontecimento” na página MBL. Foram 43 *posts* com fotos ou vídeos de cidades de todas as regiões do Brasil e até do exterior mostrando pessoas de verde-amarelo em manifestações nas ruas. Postando constantemente sobre o mesmo tema e mantendo o estilo informativo e de exaltação das manifestações, a página contruiu uma narrativa própria que transmitia aos fãs a ideia de que naquele dia as pessoas que foram as ruas, o Movimento Brasil Livre e quem mais estivesse acompanhando as manifestações pelo facebook estavam fazendo história.

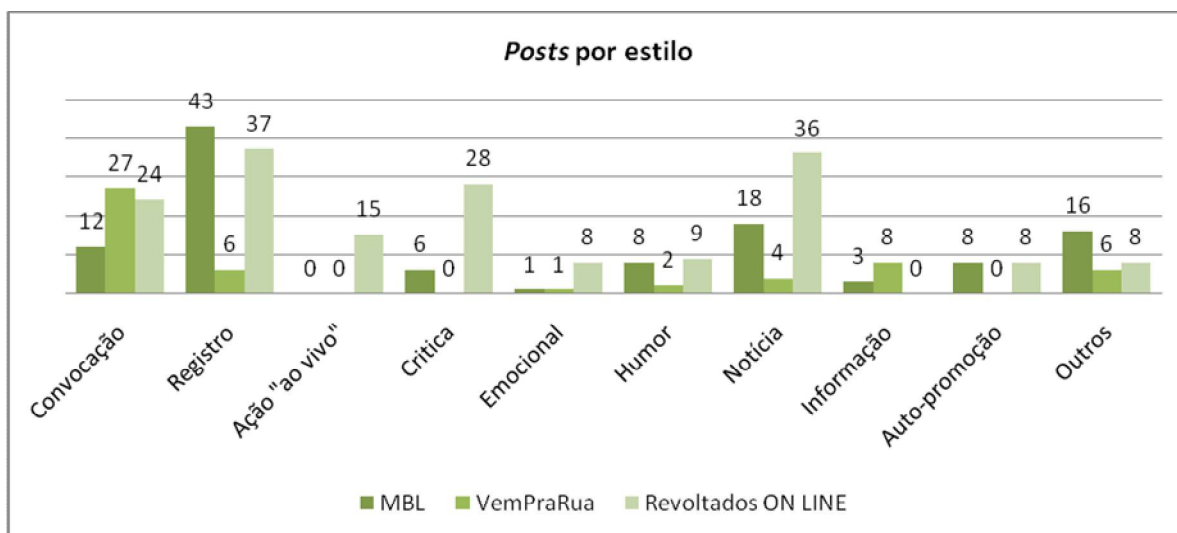


Gráfico 3. Incidência de estilos na totalidade dos posts
 Fonte: os autores

O segundo estilo mais recorrente nos *posts* do MBL é aquele que incorpora o gênero “notícia de jornal”. Em sua maioria, esses *posts* trazem links para matérias jornalísticas de crítica ao governo acompanhadas de uma introdução ou uma indicação do MBL sempre em tom “anti-socialista”. A apropriação do discurso da imprensa para enfatizar os temas da crise econômica e da crise de gerenciamento político possibilita a construção de um clima de tensão baseado não em opiniões do grupo, mas em discursos que se mostram como “fatos reais” retratados pela imprensa de forma “neutra”, como preconiza o gênero jornalístico. Além disso, a página estabelece uma dupla relação com a imprensa tradicional: republica notícias de crítica ao governo da Veja, do Estadão, do grupo Folha e do grupo Globo, ao mesmo tempo em que é pauta desses veículos.



Figura 5. Post. Estilo: Auto Promoção.
MBL

A maioria das postagens da página VemPraRua tiveram estilo de convocação. A categoria sintetiza uma estratégia de chamar os fãs para as manifestações, mas esse chamado pode incorporar os mais variados estilos. No caso do VemPraRua, os chamados consistiram em uma série de vídeos estilo “caseiro” gravados em sua maioria por artistas da TV Globo, como por exemplo: Marcio Garcia, Kadu Moliterno, Caio Castro, Alessandra Maestrini, Thaila Ayala e outros. Nesses vídeos curtos, de 10 a 30 segundos, predomina o estilo casual, tanto na forma de vestir – normalmente uma camiseta preta básica – quanto no ambiente em que o mesmo foi gravado. O tom da voz é o de indignação e o texto fala sempre em corrupção, mas sem citar nomes de políticos, dados ou fazer referência a qualquer caso noticiado. A página VemPraRua é a que menos se apropria do gênero notícia e a que mais se aproxima do estilo publicitário. Este estilo não aparece na análise individual de cada *post*, mas ele sobressai quando fazemos a leitura do conjunto dos *posts*. Há uma estratégia de convencimento definida, ausência de dados referenciados, uniformidade no tom e inexistência de originalidade

ou autoria nos *posts* individuais, todos seguem a mesma linha como peças de uma campanha publicitária.



Figura 6. Post. Estilo: Informação.

Além dos vídeos de convocação, destacam-se *posts* de estilo informativo: imagens com texto informando local e hora das manifestações, como chegar e com dicas de comportamento.

A página Revoltados ON LINE é a que se usa da maior variedade de estilos. O tom das postagens tem sempre um fundo de revolta, como o próprio nome da página sugere. Essa revolta se materializa na crítica, no ataque, na denúncia, no escárnio e na sátira aos políticos, militantes, movimentos e intelectuais de esquerda. O estilo crítica é o terceiro em prevalência na página, mas o tom de revolta e indignação é perceptível

e varia de acordo com o autor que assina o *post*.

O estilo que se sobressai em nossa amostra é o registro, seguido de perto pela notícia, ambos com aproximadamente 21% das ocorrências. A opção pelo estilo registro ou notícia é semelhante à identificada na página Movimento Brasil Livre e seu uso se assemelha na construção de um clima de indignação que ultrapassaria os limites dos grupos que administram as páginas e seus seguidores. Mas MBL e Revoltados ON LINE se distanciam em muito nas fontes dos textos referenciados. A principal fonte de informação replicada pela Revoltados ON LINE é o *site* Folha Política <www.folhapolitica.org>, criado em 2013 e que se dedica a difundir notícias, nem sempre apuradas, de crítica ao governo Dilma. Nesse *site*, o estilo “notícia” retém da mídia tradicional apenas o gênero enquanto forma, o conteúdo se liga a crítica e ataque constituintes de gêneros

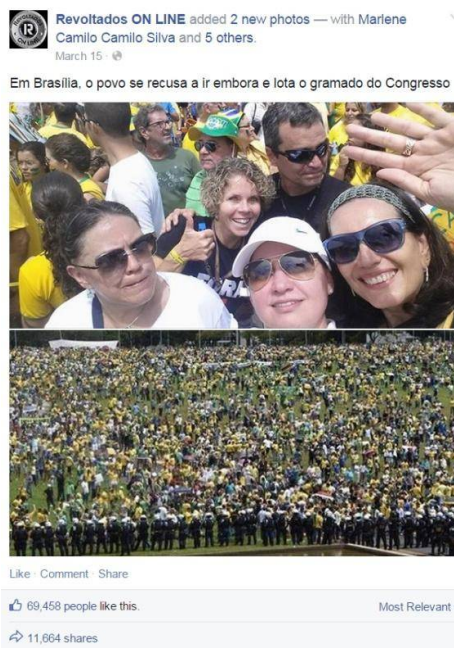


Figura 7. Post. Estilo: Registro. Revoltados ON LINE

mais primários como a discussão política cotidiana. É importante destacar que alguns políticos de direita tem valoração positiva na página e figuram como fontes ou como assunto, em especial: Jair Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro e Ronaldo Caiado.

Movimento Brasil Livre e Revoltados On Line publicaram 8 *posts* cada com o estilo auto-promoção. Há diferenças na forma em que os autores se colocam nas suas próprias postagens, mas em ambas as páginas os administradores se identificam, seja assinando o *post*, seja como um agente de “ação ao vivo”, seja em fotos pessoais nas manifestações, em vídeos opinativos ou mesmo como o próprio assunto do *post*. Na VemPraRua, ao contrário, as celebridades e não celebridades aparecem, mas a coordenação da página não se expõe nos *posts*.

5. Conclusões

A partir da análise dos temas e estilos utilizados por três páginas de ligadas a ideologia de direita no Facebook, identificamos as estratégias de convocação e construção de narrativa das manifestações do dia 15 de março de 2015. A página com maior número de fãs, Revoltados ON LINE, construiu uma narrativa de revolta a partir da crítica e do ataque a personalidades e ideais de esquerda. A página VemPraRua, com número de fãs equivalente à metade do número da Revoltados ON LINE, apostou no carisma de atores da Globo. A uniformidade do discurso presente em suas postagens, assim como a estética dos *posts* com imagens, remontam ao gênero campanha publicitária. A página Movimento Brasil Livre, com número de fãs menor do que 10% da Revoltados ON LINE, utilizou imagens de várias cidades para a construção da narrativa do dia histórico das manifestações contra Dilma. A crítica ao governo Dilma e a preocupação com temas ligados à economia e orçamento apareceram com frequência nas postagens do grupo e destacou-se o uso do gênero notícia, aqui sim, ligado à imprensa tradicional.

No presente trabalho, aplicamos metodologia de análise de discurso para uma primeira aproximação com esse objeto relativamente novo que são as páginas de comunidade no Facebook utilizadas por movimentos de direita. Como agenda futura, propomos um aprofundamento deste estudo com a incorporação da variável tempo, das fontes dos conteúdos postados e de indicadores da reação dos fãs (número de *likes*,

shares e comments). Traçando correlações estatísticas entre essas variáveis, será possível compreender, não só como as páginas estão utilizando a mídia, mas como os interlocutores reagem a essas estratégias.

Se o poder na Sociedade em Rede é o “poder da comunicação”, como aponta Castells (2009), faz-se prioritário o entendimento do jogo de produção de sentidos e significados em disputa pelos atores presentes nas mídias sociais. Estamos diante de três páginas do Facebook mantidas por grupos extremamente diversos, que constroem diferentes discursos, mas que em certo ponto do caminho decidiram unir forças. Os três grupos que sequer citaram-se mutuamente em março de 2015, convocam uma manifestação conjunta para o dia 16 de agosto. Entender os novos arranjos políticos e novas formas de mobilização da opinião pública, passa sem dúvida pelo estudo minucioso dos discursos construídos nas mídias sociais.

6. Referências bibliográficas

- ALCANTÁRA, Livia Moreira e d'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. Redes de movimentos sociais e intervenção na esfera pública interconectada: um estudo da campanha pelo limite da terra na internet (2012). In BRAGA, Sérgio; SILVEIRA, Sérgio Amadeu; PENTEADO, Claudio L. C. (orgs.) *Cultura, política e ativismo nas redes digitais*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2014.
- BAKHTIN, M. “Gêneros do discurso”. In BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. 4. ed. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2006a
- _____. “O problema do texto na linguística, na filologia e em outras ciências humanas. Uma experiência filosófica”. In BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. 4. ed. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2006b
- BENKLER, Y. Network Theory| Networks of Power, Degrees of Freedom. *International Journal of Communication*, 5, 39, 2011
- BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. “Estilo, gêneros do discurso e implicações didáticas”. III Seminário da Análise do Discurso, Universidade Católica de Salvador. Salvador, outubro/2005. Disponível em:
<<http://www.fflch.usp.br/dlcv/lport/pdf/brand003.pdf>>
- CARNIELO. Mônica F. Formação de redes nas mídias sociais: processos, relações e capital social. *Contemporânea: Comunicação e Cultura*, v. 11, n. 03, set-dez 2013.
- CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Barcelona: Alianza Editorial, 2009.
- _____. *Redes de indignação e de esperança*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2013



FALCÃO, Paula, Allan CANCIAN E Fabio MALINI. “Rede e Rua: o Processo da Adoção da Hashtag #VemPraRua nos Protestos Brasileiros de 2013”, Intercon, ES. 2014. Disponível em:

<<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-1400-1.pdf>>

GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. IN: *Revista Brasileira de Educação* v. 16 n. 47 maio-ago. 2011

MALINI, Fabio. “A Diferença entre os protestos” in: *Revista Info-Abril*. Abril, 2015a. Disponível em: <<https://revista.info.abril.com.br/edicoes/351/aberto/o-que-nao-ha-dos-protestos-de-junho-em-marco>>

_____. Entrevista dada a Natalia Viana em “A direita abraça a rede”, Agência Pública, Junho de 2015b. Disponível em: <<http://apublica.org/2015/06/a-direita-abraca-a-rede>>

MELISA, E.; HAMIDATI, A.; SARAWASTI, M.; FLOR, A. *The Internet and Indonesian Women Entrepreneurs: Examining the Impact of Social Media on Women Empowerment*. In CHIB, A.; MAY, J.; BARRANTES, R. (ed.) *Impact of Information Society Research in the Global South*. Springer Open: Springer Singapore Heidelberg New York Dordrecht London, 2015. (ebook)

Melucci, Alberto. *Challenging codes*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

Niciporuc, Tudor. *Comparative Analysis of the Engagement Rate On Facebook and Google Plus Social Networks*. in Proceedings of the Proceedings of the 14th International Academic Conference, Dec 2014, pages 334-339

NORRIS, Pippa. *Preaching to the converted? Pluralism, participation and party websites*. *Party politics*, 2003, 9.1: 21-45.

RODRIGUES, Rosangela Hammes. “Análise de gêneros do discurso na teoria bakhtiniana: algumas questões teóricas e metodológicas”. In *Linguagem em (Dis)curso*, Tubarão, v. 4, n. 2, p. 415-440, jan./jun. 2004