

Sousa Arruda, Agnes de; Silva Moreira, Hércules
Das Ruas Para a Web E Vice-Versa: Os Cartazes De Protesto Como Folkcomunicação
No Mundo Concreto E No Mundo Virtual
Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 12, núm. 26, septiembre, 2014, pp. 125-
138
Universidade Estadual de Ponta Grossa
Ponta Grossa, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=631768759010>

Das Ruas Para a Web E Vice-Versa: Os Cartazes De Protesto Como Folkcomunicação No Mundo Concreto E No Mundo Virtual¹

Agnes de Sousa Arruda²

Hércules Silva Moreira³

RESUMO

Este artigo apresenta estudo sobre o uso de cartazes de protesto como forma de comunicação entre ativistas políticos e ciberativistas. Fundamentado nas teorias da Folkcomunicação, atualizadas no que diz respeito à comunicação nos movimentos sociais e aos meios nele utilizados, e também no que se refere à cultura da convergência, cibercultura e redes sociais na internet, o objetivo é analisar como os grupos se apropriaram, tanto da internet, quanto de um meio simples de comunicação, os cartazes, para transmitir frases de efeito e vozes de comando durante os recentes manifestos contra a corrupção no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação – cartazes - ativismo político – ciberativismo - Facebook.

Streets For Web And Vice Versa: Posters Of The Protest As The World folk communication Concrete And The Virtual World

ABSTRACT

This paper presents a study about the use of protest posters as a way to communicate between political activists and cyberactivists. Based on theories of Folkcommunication about communication in social movements and in sources used in it, and also in what is about convergence culture and social networks on internet, the goal is to analyze how groups have appropriated themselves as much internet as a simple way of communication, the posters, in order to transmit effect statements and order voice during the earlier manifestations against corruption in Brazil.

KEY WORDS

Folk communication - Cartazes - political activism - cyberactivism - Facebook.

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora Coordenadora do curso de Comunicação Social da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC - SP); Mestre em Comunicação e Semiótica pela Universidade Paulista (UNIP - SP); e-mail agnes.arruda@gmail.com.

³ Professor do curso de Comunicação Social da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC - SP); Mestrando em Políticas Públicas na linha de pesquisa Políticas Culturais: Diversidade e Cidadania (UMC - SP); e-mail: herculeszoom@gmail.com.

Introdução

A Folkcomunicação, genuína teoria brasileira, foi proposta pelo professor pernambucano Luiz Beltrão em sua tese de doutorado de 1967, publicada em 2001 pela EdiPUCRS. A matéria dá conta de explicar que grupos às margens da sociedade, seja pela geografia, seja pela falta de acesso à cultura de uma maneira geral, traduzem os conteúdos que são produzidos pelos meios de comunicação convencionais para meios populares de informação. Tal processo se dá por formas das mais variadas; da simples tradução oral feita por trovadores, intermediadores que, na teoria beltraniana, são chamados de ativistas midiáticos, a formas mais complexas, como a literatura de cordel.

Movimentos populares e ativismo político se enquadram nas manifestações folkcomunicacionais justamente porque os objetivos de tais mobilizações são dar voz a um grupo que, oprimido pelo sistema político vigente e pelos meios de comunicação de massa, revolta-se contra a situação e, unido aos seus pares, tem suas reivindicações, no mínimo, ouvidas pelas autoridades.

Pode-se definir um ativista político como sendo aquele cidadão atuante em questões políticas, defendendo seu ponto de vista, de uma maneira individual ou coletiva. Além de estar engajado em causas que visam à mudança como consequência, por meio de manifestações, por exemplo, ele não precisa estar necessariamente filiado a um partido político. Para Mariangela Savoia (1989) o uso que uma pessoa faz de suas capacidades humanas depende de sua motivação, de seus desejos, carências, necessidades, ambições e até medos. A autora define “motivo” como sendo um fator interno que dá início, dirige e integra o comportamento humano. A partir daí, as pessoas buscam uma forma de se comunicar para que a transmissão de seus ideais possa ser disseminada entre a sociedade de uma forma mais abrangente visando à coletividade.

Com o passar dos anos, no entanto, as formas de se comunicar vêm se alterando cada vez mais rápido. O homem contemporâneo vive a expansão dos sinais comunicacionais; expansão essa responsável pela quebra de barreiras espaço-temporais na comunicação humana. Nesse contexto, estima-se⁴ que mais de 30% da população mundial seja de usuários ativos da internet. Nos Estados Unidos, o número chega a quase 80% da população e, no Brasil, supera os 45%.

⁴ Dados do Google Public Data (2011).

Segundo Arruda e Oliveira (2013), pesquisa divulgada pelo Ibope Media no final de 2012⁵ informa que, só no Brasil, 94,2 milhões de pessoas já estavam, à época, conectadas à rede mundial de computadores. O relatório considerou pessoas com mais de 16 anos com acesso em qualquer ambiente (domicílios, trabalho, escolas, *lanhouses* etc.), além de crianças e adolescentes de 2 a 15 anos com acesso domiciliar. Os dados representam crescimento de 8,8% em relação ao mesmo período do ano anterior.

O cenário é, assim, propício para a transposição daquilo que se vive no dito “mundo real” (concreto) para o que Pierre Lévy, em 1999, chamou de ciberespaço. Segundo o autor, ciberespaço é

o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmite informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. (LÉVY, 1999, p. 92)

Esse processo, conforme explica Henry Jenkins (2009), é chamado de convergência. Sobre o assunto, o autor explica que não se trata simplesmente da transposição do conteúdo de uma mídia para a outra, ou, em um exemplo simples do universo da comunicação, da disponibilização do arquivo PDF de um jornal impresso no site do veículo, mas sim de uma nova maneira de interação entre emissor e receptor da mensagem, na qual os agentes se confundem no processo, tornando o receptor interlocutor, agente participativo na transmissão das informações. Para Jenkins (2009, p. 343) a convergência é “onde as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneira imprevisível”.

Os hábitos sociais seguem o mesmo caminho. Redes sociais, agora na internet, são fenômenos de popularidade, sendo o Facebook⁶ a grande vedete da rede, com mais de 1 bilhão de usuários em março de 2013⁷.

⁵ Publicada na revista Info Exame (2013).

⁶ Facebook é uma rede social na internet fundada em 2004, cuja missão é “to give people the power to share and make the world more open and connected” (Key Facts, 2013). Em tradução livre do conteúdo oficial da empresa, tem-se a informação de que as pessoas usam o Facebook para permanecerem conectadas com seus amigos e família, para descobrir o que está acontecendo no mundo e para compartilhar e expressar o que é importante para elas.

⁷ Dados fornecidos pela empresa em junho de 2013.

Sendo o ativismo político uma manifestação popular e, em consequência, social, o fenômeno acompanha a evolução da comunicação e, hoje, o ciberativismo tem se destacado em meio à onda de protestos que ocorre pelo mundo todo.

A partir do ciberativismo, as pessoas encontraram uma forma de expor suas ideias e protestar utilizando os meios eletrônicos de comunicação. A internet aparece com destaque nesse contexto, afinal por meio dela, muitos grupos conseguem se organizar e propagar as mensagens de forma rápida, transformando-a em uma espécie de alternativa aos já tradicionais meios de comunicação de massa. Dessa forma, os ciberativistas conseguem ampliar suas reivindicações por meio da liberdade de expressão que a web oferece aos usuários. De acordo com David de Ugarte (2008), ciberativismo não é uma técnica, e sim uma estratégia, afinal as pessoas publicam na rede já esperando um retorno ou até mesmo uma recomendação para que outras pessoas tenham acesso ao conteúdo divulgado.

O brasileiro também faz parte desse contexto de protestos, principalmente considerando o recente cenário político e econômico do Brasil, olhando a fatia dos últimos 10 anos, quando se tem dois panoramas: o primeiro é que a inflação foi controlada, mas com a alta do dólar⁸ e a chegada de novas empresas ao País, o governo não conseguiu segurar a alta de alguns produtos e a concorrência estrangeira; o segundo é que, mesmo com os benefícios sociais implantados pelo Governo Federal, a sociedade, principalmente o grupo formado por aqueles cidadãos que não recebem tais benefícios, começa a questionar por um programa mais sustentável que gere renda e não apenas a distribua.

A criação dos programas de transferência de renda vem exercendo impacto na redução das desigualdades sociais, apesar dos programas instituídos não atenderem a todas as pessoas em situação de vulnerabilidade social, ou em situação de violação dos direitos, tendo como público-alvo apenas os mais pobres ou indigentes, e do valor dos benefícios estar abaixo do salário mínimo – cerca de 1/3 dele. (VIEIRA E AMARAL, 2008, pg. 131)

V de Vinagre

Insatisfeitos com a atual situação política e econômica do País, os brasileiros, após anos de inércia (a última grande movimentação popular aconteceu em 1992 pedindo o impeachment do então presidente Fernando Collor⁹), iniciaram uma grande mobilização

⁸ Matéria do Correio Braziliense de junho de 2013.

⁹ Movimento dos Caras Pintadas – InfoEscola (2013).

nacional (Terra Notícias, 2013). As grandes manifestações tiveram início em março de 2013 em Porto Alegre (RS), seguindo para a “Revolta do Busão” em Natal (RN), passando por Goiânia (GO) e pelo Rio de Janeiro (RJ) em maio, e culminando nas grandes passeatas na Avenida Paulista, em São Paulo (SP), no mês de junho, seguidas por caminhadas que, juntas, levaram mais de 250 mil pessoas às ruas em todo o Brasil no dia 17 de junho de 2013.

Inicialmente contra o aumento das tarifas do transporte público coletivo, com o passar dos dias as manifestações ganharam corpo e, em meio às reivindicações populares, outros temas passaram a surgir dentre as palavras de ordem, entre eles a retirada de duas Propostas de Emendas à Constituição (PEC) da votação no Congresso Nacional, a saída do político Renan Calheiros (PMDB) da presidência do Senado e a criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) que apure os gastos com estádios e infraestrutura para a Copa do Mundo de 2014.

Marcados pela violência entre manifestantes e Polícia Militar, os protestos ganharam projeção internacional, principalmente, pela truculência da PM em situações aparentemente amenas, como o caso do jornalista que foi detido por “porte de vinagre”, pois usaria o líquido para amenizar o desconforto causado pelas bombas de efeito moral (Último Segundo, 2013), tornando o caso uma referência para o assunto.

Mídia Radical

Nota-se que, por meio de manifestações populares, diversas formas de mídia começam a ser apropriadas pelos grupos a partir de seu descontentamento; ou seja, em meio a protestos, aparecem novas e velhas formas de se fazer comunicação. Segundo Peruzzo (1995) nesse patamar a “nova” comunicação é um grito antes sufocado de denúncia e reivindicação por transformações. Ela vai dos pequenos veículos de comunicação dirigida à comunicação grupal chegando aos meios massivos.

Numa conjuntura em que vem à tona a insatisfação de amplos setores devido às precárias condições de existência do povo e as restrições à liberdade de expressão, desenvolvem-se meios de comunicação “alternativos” dos setores populares, não sujeitos ao controle governamental ou empresarial direto. (PERUZZO, 1995, p. 29)

Aliado aos motivos dos protestos, chama a atenção as formas individuais e coletivas de manifestar ideias, compartilhar insatisfações e até mesmo reivindicar alternativas como

forma de manifesto. Para John Downing (2002), a mídia radical geralmente serve a dois propósitos precedentes: expressar verticalmente, a partir dos setores subordinados, oposição direta à estrutura de poder e seu comportamento e obter, horizontalmente, apoio e solidariedade, construindo uma rede de relações contrária às políticas públicas ou mesmo à própria sobrevivência de estrutura de poder.

O que se destaca, no entanto, é o fato de que, conforme mencionado anteriormente, em época de expansão dos sinais comunicativos, de comunicação veloz, via satélite, que vence o tempo e o espaço, os manifestantes têm utilizado de uma maneira extremamente simples para comunicar e passar suas ideias adiante. Os cartazes de protesto, de conteúdo bem-humorado e inteligente, tomaram as ruas e as redes sociais na internet de maneira intensa.

Não fosse só isso, esse conteúdo também levanta discussão: ao utilizar hashtags¹⁰, memes¹¹, piadas internas das redes sociais na internet¹² e outros elementos da linguagem wébica no meio impresso, bem como notar que as imagens dos manifestantes segurando seus cartazes durante as passeatas nas ruas de todo Brasil se tornaram hit na internet durante o processo de manifestação, observam-se sinais de que, assim como previa Pierre Lévy em 1999, não existe mais diferenciação entre mundo real e mundo virtual.

Segundo ele,

o computador não é mais um centro, e sim um nó, um terminal, um componente da rede calculante. Suas funções pulverizadas infiltram cada elemento do tecno-cosmos. No limite, há apenas um único computador, mas é impossível traçar seus limites, definir seu contorno. É um computador cujo centro está em toda parte e a circunferência em lugar algum, um computador hipertextual, disperso, vivo, fervilhante, inacabado: o ciberespaço em si. (LÉVY, 1999, p. 44)

¹⁰ Hashtags são palavras-chave que, na internet, antecedidas pelo símbolo "#", designam o assunto o qual está se discutindo. Elas viram hiperlinks dentro da rede e são indexáveis pelos mecanismos de busca. Sendo assim, usuários podem clicar nas hashtags ou buscá-las em mecanismos como o Google para ter acesso a todos que participaram da discussão.

¹¹ O termo ‘Meme de Internet’ é usado para descrever um conceito que se espalha via internet.

¹² Raquel Recuero (2009, p. 102) explica que os sites de redes sociais são “uma consequência da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador pelos atores sociais. Sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet”. A autora ainda afirma que “o surgimento da Internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais”. (RECUERO, 2009, p. 116)

Observando o fenômeno dos cartazes a partir dos estudos de Lévy, pode-se deduzir que a contemporaneidade chegou ao momento em que a conexão à World Wide Web se dá por completa, inclusive, pelos grupos folk, ou seja, de acordo com a definição dada por Luiz Beltrão (1980), aqueles formados às margens “de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente” (BELTRÃO, 1980, p. 39). Analisar como tal fenômeno se manifesta, a fim de contribuir para os estudos da Folkcomunicação em geral, e, em específico, da disciplina em sua forma contemporânea, com o surgimento e a disseminação da internet, é o objetivo deste trabalho.

Mídia Primária, Secundária e Terciária

Norval Baitello Junior (1998), ao traduzir a obra do alemão Harry Pross, *Medienforschung* (Investigação da Mídia), sob a ótica da semiótica da cultura¹³, apresentou uma classificação para os meios de comunicação. Segundo o autor, o corpo é a mídia primária:

Os sons e a fala, os gestos com as mãos, com a cabeça, com os ombros, os movimentos do corpo, o andar, o sentar, a dança, os odores e sua supressão, os rubores ou a palidez, a respiração ofegante ou presa, as rugas ou cicatrizes, o sorriso, o riso, a gargalhada e o choro são linguagens dos meios primários. (BAITELLO, 1998, p. 12)

É, a mídia primária, a mais complexa, a mais concreta, a que mais vincula os agentes da comunicação, emissor e receptor, na troca de informações. No entanto, a mídia primária é perecível; para se estabelecer comunicação com o corpo, é necessária a presença do mesmo em um espaço e em um tempo únicos, e, na ânsia de se perpetuar no tempo e no espaço, o homem deu origem à mídia secundária, ou seja, “o uso de ferramentas comunicativas com a finalidade de amplificar suas mensagens no tempo, no espaço ou na intensidade” (BAITELLO, 1998, p. 13). A mídia secundária fundamenta-se na presença de um aparato mediador entre emissor e receptor. “Em princípio, cores e pinturas corporais, máscaras e vestimentas

¹³ Semiótica da Cultura é uma disciplina teórica dos estudos russos. Constituiu-se no Departamento de Semiótica da Universidade de Tártu, Estônia, nos anos 60, em meio aos encontros da "Escola de verão sobre os sistemas modelizantes de segundo grau", reunindo professores da universidade local e também de Moscou. Explorando fronteiras com vários campos do conhecimento, deriva seus princípios da Lingüística, da Teoria da Informação e da Comunicação, da Cibernética e, evidentemente, da Semiótica.” (PUC-SP, 2013).

festivas, adornos e outros objetos com a função de acrescentar ao corpo uma informação” (BAITELLO, 1998, p. 13).

Muito embora mais duradoura, a mídia secundária perde em complexidade das informações transmitidas; o que Vilém Flusser, também elucidado por Norval Baitello (2006) chama de “escada da abstração”. Na mídia secundária perde-se a tridimensionalidade e, na mídia terciária, que vem a seguir com a invenção da eletricidade, o que antes era bidimensional, mas ainda concreto, passa a ser nulodimensional, abstrato, com imagens formadas por

(...) uma fórmula, um cálculo, um algoritmo (que apenas se projeta sobre um suporte qualquer: papel, vidro, parede e até mesmo a névoa, o vapor ou o ar). Elas são nulodimensionais, uma vez que a última dimensão espacial que lhes restava também é subtraída. (BAITELLO, 2006, p. 4-5).

Enquadram-se, então, nessa classificação, as manifestações populares, passeatas, caminhadas, como mídia primária, máxima vinculadora entre emissores e receptores da mensagem por seu extremo contato físico; os cartazes, objeto de estudo deste artigo, como mídia secundária, ou seja, extensão do corpo que está nas ruas protestando, e o Facebook, responsável pela linguagem dos cartazes em questão e pela disseminação de suas imagens para o mundo, como mídia terciária.

Os Cartazes dos Protestos

A partir do cenário descrito, e para entender como se dá a apropriação, por meio dos manifestantes, de duas formas de mídia aparentemente tão distintas, os cartazes e as redes sociais na internet, foram selecionados cartazes das manifestações brasileiras do mês de junho de 2013 divididos em duas categorias: a primeira, referente às imagens de 1 a 4, diz respeito aos cartazes com conteúdo alusivo à linguagem wébica, retirados dos Tumblr¹⁴ Melhores Cartazes (2013) e Cartazes do Protesto (2013), conforme segue:

¹⁴Tumblr é uma plataforma online para publicação no formato blogada de conteúdo multimídia.

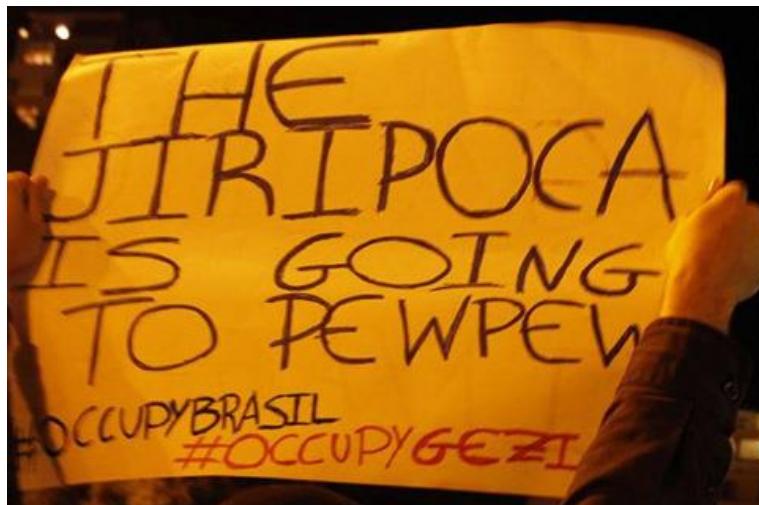


Imagen 1: Aproveitando a visibilidade internacional, esse manifestante fez um cartaz em inglês com a expressão “Hoje a jiripoca vai piar”. O uso de hashtags com as palavras de ordem “Occupy Brasil” e “Occupy Gezi”, em alusão aos manifestos populares que também estão acontecendo em Istambul, na Turquia, mostram a migração da linguagem wébica para o meio impresso.



Imagen 2: Levada pelos manifestantes, a faixa faz alusão à força dada às redes sociais na internet como meio de protesto, só que no caso, a rede foi para o mundo concreto. É possível observar, nas mãos de outros manifestantes, muitos outros cartazes de protesto.

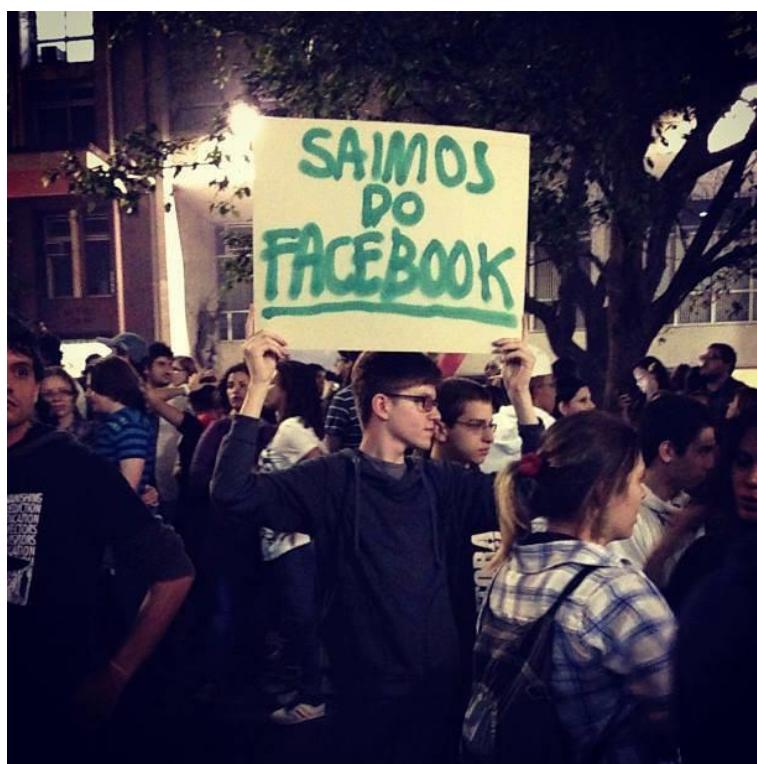


Imagen 3: Considerada apática pelas gerações anteriores, que lutaram em outros movimentos nacionais, a juventude brasileira contemporânea, que até então protestava apenas pelos meios online, foi às ruas. No cartaz em questão, o manifestante faz alusão ao tema, dizendo que deixou o Facebook para protestar no mundo concreto.



Imagen 4: O cartaz dessa jovem, além de trazer a hashtag com a voz de comando “Vem Pra Rua”, faz alusão aos usuários de internet que passam o dia em sites de pornografia (Xvídeos) e, por isso, os convoca para se mobilizarem.



Imagen 5: Metalinguístico, este cartaz publicado na rede social na internet demonstra que, de fato, a mídia tem sido efetiva para os protestos.

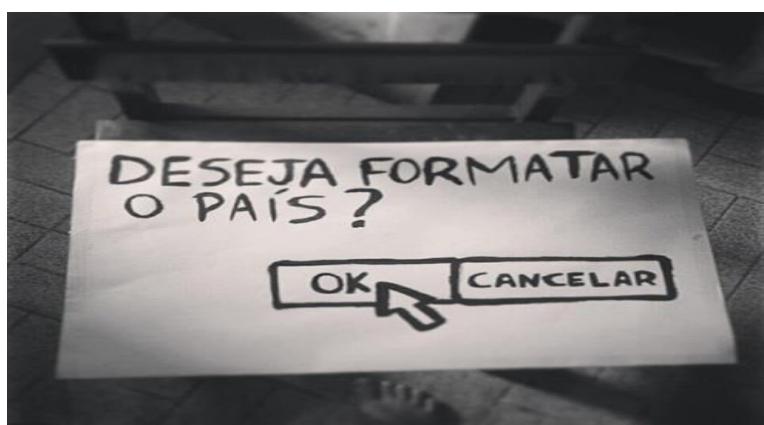


Imagen 6: Já esse cartaz é alusivo à linguagem informática de maneira geral.

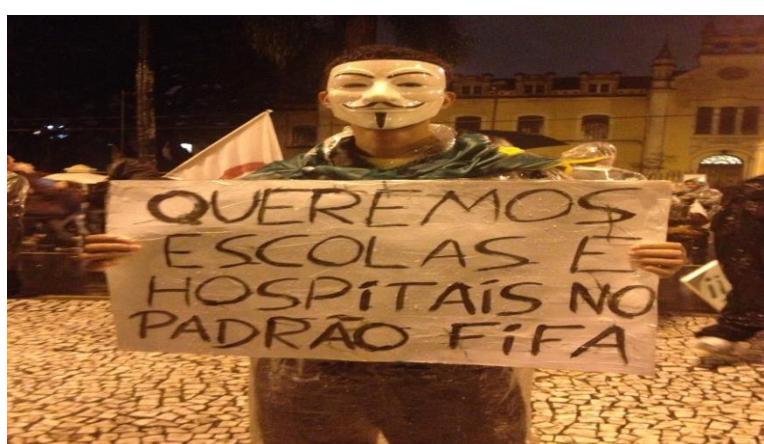


Imagen 7: Por fim, outro cartaz popular na rede social faz alusão ao dinheiro gasto nos preparativos da Copa do Mundo de 2014 no Brasil em detrimento de serviços básicos, no caso, a saúde e a educação.

Considerações Finais

O homem contemporâneo vive a expansão dos sinais comunicativos. Quebrando a barreira do espaço-tempo com a comunicação via satélite, no entanto, há uma gradativa perda de complexidade e de vinculação entre os agentes comunicativos, ou seja, emissor e receptor. Talvez por conta disso, o regresso às raízes primárias da comunicação tenha se feito tão presente nas manifestações político-sociais que têm acontecido no Brasil e no mundo recentemente. Dando voz aos oprimidos pelo sistema e pelos meios de comunicação de massa, as passeatas e manifestos apresentados neste trabalho reuniram milhares de pessoas pelo ideal de um País sem corrupção. Apesar de estarem no mundo concreto, tais movimentos também despontaram na internet, principalmente nas redes sociais online, e levantaram a questão do “quem veio primeiro”, ou seja: as manifestações saíram da internet e foram para as ruas ou das ruas foram para a internet? Difícil saber; ainda mais depois de observar que os cartazes utilizados nas manifestações apresentam linguagem wébica e que, na web, as imagens dos manifestantes com esses cartazes ganharam espaço de destaque. No entanto, é nítido e notório o fato de que os grupos folk estão na internet e que se apropriaram dela para transmitir suas mensagens da mesma forma que um simples cartaz em meio a uma multidão ainda é mídia importante no processo comunicacional. Vive-se, assim, uma nova fase da Comunicação como um todo e da Folkcomunicação em especial; fase essa em que se admite a internet como parte da vida cotidiana num contexto muito maior, no qual o homem, gregário em sua essência, comunica de todas as formas que lhe são conhecidas e permitidas.

Referências

ALTA DO DÓLAR FAZ ECONOMISTAS REVEREM PROJEÇÕES DE INFLAÇÃO PARA ESTE ANO.
In: Correio Braziliense. Disponível em:
http://www.correobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2013/06/22/internas_economia

a,372823/alta-do-dolar-faz-economistas-reverem-projcoes-de-inflacao-para-este-ano.shtml. Acesso em 22 jun. 2013.

ARRUDA, Agnes de Sousa e OLIVEIRA, Marcelo Pires. **Folkcomunicação nas Redes Sociais na Internet: O Paralelo Possível Entre as Figureiras de Taubaté e o Snapguide**, In XVI Conferência Brasileira de Folkcomunicação – Juazeiro do Norte, CE – 26 a 28 de junho de 2013. Anais disponíveis em CD-ROM.

BAITELLO, Norval Jr.. **Comunicação, Mídia e Cultura**. São Paulo em Perspectiva, v.12, nº.4, Out-Dez 1998. Disponível em <http://www.seade.gov.br/produtos/spp/v12n04/v12n04_02.pdf>. Acesso em 18 mai. 2013.

_____. **Vilém Flusser e a Terceira Catástrofe do Homem**. Flusser Studies, nov. 2006. Disponível em <<http://www.flusserstudies.net/pag/03/terceira-catastrofe-homem.pdf>>. Acesso em 20 jun. 2013.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BRASIL ATINGE 94,2 MILHÕES DE USUÁRIOS DE INTERNET. In Info Exame. Disponível em <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/brasil-atinge-94-2-milhoes-de-pessoas-conectadas-14122012-32.shl>>. Acesso em 18 mai. 2013.

CARAS PINTADAS. In InfoEscola. Disponível em <<http://www.infoescola.com/historia-do-brasil/caras-pintadas>>. Acesso em 23 jun. 2013.

CARTAZES DO PROTESTO. Disponível em <<http://melhorescartazes.tumblr.com/>>. Acesso em 23 jun. 2013.

DOWNING, John D. H. **Mídia Radical: Rebeldia nas Comunicações e Movimentos Sociais**. São Paulo: Senac, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JORNALISTA DETIDO POR ‘PORTE DE VINAGRE’ DURANTE PROTESTO É LIBERADO EM SP. In Último Segundo. Disponível em <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/sp/2013-06-13/jornalista-e-preso-por-porte-de-vinagre-durante-protesto-no-centro-de-sp.html>>. Acesso em 20 jun. 2013.

KEYFACTS. In Facebook Newsroom. Disponível em <<http://newsroom.fb.com/Key-Facts>>. Acesso em 20 jun. 2013.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

MAPA DOS PROTESTOS DAS TARIFAS. In Portal Terra. Disponível em <<http://noticias.terra.com.br/infograficos/protesto-tarifa/>>. Acesso em 20 jun. 2013.

OS MELHORES CARTAZES DO PROTESTO. Disponível em <<http://melhorescartazes.tumblr.com/>>. Acesso em 23 jun. 2013.

PERUZZO, Cicilia. **Comunicação e Culturas Populares**. São Paulo: INTERCOM, 1995.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SAVOIA, Mariangela G. **Psicologia Social**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

SEMIÓTICA DA CULTURA. In PUC-SP. Disponível em <<http://www4.pucsp.br/cos/cultura/semitcult.htm>>. Acesso em 20 jun. 2013.

STATISCS. In Facebook Newsroom. Disponível em <<http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22#Statistics>>. Acesso em 19 jun. 2013.

UGARTE, David de. **O poder das redes: manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas, chamadas a praticar o ciberativismo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

USUÁRIOS DA INTERNET COMO PORCENTAGEM DA POPULAÇÃO. In Google Public Data. Disponível em <https://www.google.com.br/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&met_y=it_net_user_p2&tdim=true&dl=pt-BR&hl=pt-BR&q=usu%C3%A1rios%20de%20internet%20no%20mundo>. Acesso em 19 jun. 2013.

VIEIRA, A. S.; **AMARAL**, M. V. B. **Trabalhos e Direitos Sociais: bases para a discussão**. Maceió: EDUFAL, 2008.