

GEMINIS

[DOSSIÊ - FÃS, ATIVISMO E REDES: MÍDIA LIVRE DO QUE?]

GEMINIS

MÍDIA E AÇÃO SOCIAL NA PÁGINA FACEBOOK DO MOVIMENTO “PASSE LIVRE” EM FLORIANÓPOLIS

ADRIANA LANDIM QUINAUD

Mestranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento (UFSC) na linha de pesquisa Mídia e Conhecimento e membro do Grupo de Pesquisa MidiaCon - Mídia e Convergência CNPQ/UFSC.
E-mail: adrilq@gmail.com

ALINE ANTONELI DE OLIVEIRA

Mestranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento (UFSC) na linha de pesquisa Mídia e conhecimento e membro do Grupo de Pesquisa MidiaCon - Mídia e Convergência CNPQ/UFSC.
E-mail: alineantonelioliveira@gmail.com

MARIA JOSÉ BALDESSAR

Doutora em Ciências da Comunicação (USP), Mestre em Sociologia Política (UFSC) e professora no Programa de Pós-Graduação de Engenharia e Gestão do Conhecimento e nos cursos de graduação em Jornalismo e Design (UFSC).
E-mail: mbaldessar@gmail.com

RICHARD PERASSI LUIZ DE SOUSA

Pós-doutorado em Design (IADE-U/Lisboa, 2015), Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), Mestre em Educação (UFMS) e professor nos cursos de graduação e pós-graduação em Design (Pós Design/UFSC) e no programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPEGC/UFSC).
E-mail: richardperassi@ufsc.br

RESUMO

Este artigo apresenta os resultados parciais de pesquisas na área de Mídia e Conhecimento. Trata da rede social *online* sustentada pela plataforma digital *Facebook* e influenciada pela página do movimento “Passe Livre” em Florianópolis, considerando-se as manifestações populares de rua ocorridas em junho de 2013. Assim, foram pesquisadas as postagens da referida página e também as reações dos internautas, de acordo com o número e o conteúdo dos comentários e o número de “curtidas” e compartilhamentos. O estudo permitiu considerar e descrever evidências de que o processo de disseminação de informações e mobilização das redes sociais é descentralizado, indicando que *websites* e páginas oficiais atuam como referências, mas em interlocução direta com uma minoria de disseminadores, diante da ampla abrangência do processo de comunicação interativa e do campo de disseminação e influência política.

Palavras-chave: Movimento Político; Rede Social; Tecnologia Digital;

ABSTRACT

This article presents partial results of research on Media and Knowledge area. It deals with the online social network sustained by the digital platform *Facebook* and influenced by the page “Passe Livre” movement in Florianopolis, considering the street popular manifestations occurred in June 2013. Were surveyed the posts of that page and also the reactions of internet users, according to the number and content of comments and the number of ‘likes’ and shares. The study allowed us to consider and describe evidences that the process of information dissemination and mobilization of social networks is decentralized, indicating that websites and official pages act as references, but in direct dialogue with a minority of disseminators, given the broad scope of the process of interactive communication and dissemination and polical influence field.

Keywords: Political Movement; Social network; Digital Technology;

1. INTRODUÇÃO

Neste artigo, trata-se de descrever a dinâmica mobilizadora das redes sociais, a partir de registros observados na interface gráfica da plataforma digital *Facebook*. O foco do estudo é o processo de mobilização para manifestações contra as tarifas dos ônibus que, no mês de junho de 2013, ocorreram em Florianópolis, Santa Catarina.

As informações apresentadas a seguir descrevem brevemente os eventos ocorridos e foram coletadas no *website* oficial do movimento “Passe Livre” (MPL) e também no *website* da Empresa Brasil de Comunicação (EBC, 2013). Assim, de acordo com essas fontes o movimento “Passe Livre” surgiu de forma espontânea e embrionária, em Salvador (BA), há mais de uma década. Em 2003, milhares de jovens, estudantes e trabalhadores fecharam, durante 10 dias, as principais vias públicas da capital baiana para protestar contra o preço abusivo dos ônibus. O levante foi denominado de a “Revolta do Buzu”. Os dez dias de protestos foram registrados no filme-documentário de mesmo nome, que foi dirigido por Carlos Pronzato.

Nos anos seguintes, 2004 e 2005, houve a “Revolta da Catraca” em Florianópolis, sob inspiração do ocorrido anteriormente na cidade de Salvador. Nas manifestações, houve a participação de estudantes, membros de associações de moradores, professores, membros de sindicatos e população em geral. Em 2005, o movimento catarinense pelo passe livre também organizou uma grande plenária na quinta edição do Fórum Social Mundial, que ocorreu na cidade de Porto Alegre. Isso formalizou o movimento “Passe Livre”, como uma ação social contínua, autônoma, apartidária, horizontal e independente, pelo transporte público gratuito.

Na cidade de São Paulo, em 2006, o movimento promoveu um encontro nacional reunindo representantes de dez cidades brasileiras. Desde o começo, houve embates violentos entre os manifestantes do movimento e a polícia, envolvendo tiros com projéteis de borracha, ataque com gás lacrimogêneo e depredação de prédios e ônibus entre outros alvos.

Em meio aos preparativos para a edição brasileira do Campeonato Mundial de Futebol (FIFA, 2014), nos meses de junho e julho de 2013, destacaram-se as grandes manifestações de rua em várias cidades brasileiras e, principalmente, na cidade de São Paulo. Além da reivindicação do passe livre nos ônibus, também, outras eram demandas pontuais. Mas, em Florianópolis as manifestações da época foram direcionadas às reivindicações de redução do preço das passagens de ônibus, visando atingir futuramente a meta do projeto “Tarifa Zero”.

A maior manifestação nacional ocorreu na quinta-feira, dia 20 de junho de 2013, quando cerca de 1,2 milhão de pessoas saíram às ruas em mais de 100 cidades brasileiras. Em Florianópolis, no mesmo dia, houve a primeira manifestação, com a participação de cerca de 30 mil pessoas. No total, ocorreram na cidade quatro manifestações pacíficas no mês de junho, em dias de terça e quinta-feira. Na ação mais emblemática, os manifestantes pularam as catracas de acesso aos terminais de ônibus (“catracaço”), recusando-se a pagar a tarifa de transporte. No contexto dessa manifestação, indicada como “Ato por um Transporte público de qualidade em Floripa”, também foram ocupadas diversas ruas do centro e fechados os acessos às pontes que ligam a Ilha de Santa Catarina à continental da cidade.

As outras manifestações em Florianópolis ocorreram nos dias 25, 26 e 27 do mês de junho. Além da massiva participação popular, especialmente por parte dos jovens, os eventos também envolveram a interveniência de diversos outros agentes sociais como, por exemplo, policiais civis e militares. Mas, incluiu ainda o prefeito da capital solicitando que as pontes não fossem mais interditadas e que o patrimônio público fosse preservado. Contudo, em cada manifestação subsequente o número de participantes foi decaindo, sendo que a segunda, a terceira e a quarta manifestação reuniram respectivamente cerca de 10 mil, cinco mil e 1,5 mil manifestantes.

As consequências das manifestações de junho repercutiram por vários meses e caracterizam um marco no contexto das manifestações populares brasileiras. Isso foi especialmente decorrente de seu caráter apartidário e pragmático, porque protestou-se por uma causa ampla, cotidiana e objetiva, que é o transporte público em ônibus urbanos. Por exemplo, na matéria “Catarinenses estão insatisfeitos com a situação do país e querem mudanças”, publicada na edição de 31 de julho de 2013 do jornal local “Notícias do Dia” foi evidenciada a amplitude nacional das manifestações catarinenses.

Com relação à interação através da rede digital Internet, de acordo com 1.029 pessoas de 20 cidades catarinenses que, no mesmo mês de julho, responderam à pesquisa realizada pela empresa “Síntese, Pesquisa & Assessoria”, na época, as redes sociais

alcançavam 61,50% dos entrevistados, entre os quais 96,59% interagiam digitalmente através da plataforma *Facebook*.

2. CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Trata-se de uma pesquisa descritiva, de base qualitativa, que apresenta os resultados de um estudo exploratório sobre o processo de mobilização, através da rede social sustentada pela plataforma digital *Facebook*, para as manifestações públicas contra a taxação do transporte por ônibus urbanos, ocorridas em Florianópolis, nos dias 20, 25, 26 e 27 do mês de junho de 2013. O contexto deste estudo é definido pela área de Mídia e Conhecimento, do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPGEGC/UFSC). Seguindo o proposto por Valentim (2005) foram cumpridas as etapas de: (1) observação, (2) registro, (3) correlação e (4) descrição de fatos ou fenômenos da realidade sem manipulá-los. A não interferência dos pesquisadores também é assinalada por Japiassu e Marcondes (2001), que preveem a observação e a descrição do fenômeno tal como esse se apresenta.

A partir do estudo exploratório, foram observados e selecionados dados sobre os fenômenos em estudo. Também, houve estudos teórico-bibliográficos sobre Fundamentos da Mídia. Enfim, houve a seleção, descrição e análise indutiva do conteúdo selecionado. Além das fontes teórico-bibliográficas, foram consideradas fontes jornalísticas e informações disponíveis em *websites*, para compor o *corpus* de pesquisa. Foram coletadas informações sobre o movimento “Passe Livre”, especialmente em Florianópolis e selecionadas 19 postagens em interfaces gráficas da plataforma digital *Facebook* do movimento no mês de junho, além de entrevistas livres com sujeitos que participaram das manifestações de junho de 2013 em Florianópolis.

3. A COMUNICAÇÃO EM REDE SOCIAL

As redes sociais decorrem da interação entre as pessoas, podendo ser estabelecidas por contato presencial direto (boca-a-boca) ou através da comunicação mediada por diferentes sistemas técnicos ou tecnológicos de comunicação.

Depois da consolidação da sociedade industrial, primeiramente, o telefone fixo foi usado como sistema privilegiado para o estabelecimento e manutenção de redes sociais, a partir da comunicação entre dois polos de interação (PERASSI; MENEGHEL, 2011). Ainda na atualidade, em que predomina a comunicação por outros sistemas de tecnologia digital, é comum que as pessoas informem o número de identificação e

chamada de seus telefones fixos ou móveis, para estabelecerem entre si um canal de comunicação e interação social. Desde os primórdios da telefonia, é oneroso o custo das ligações telefônicas. Isso ainda impede a livre utilização do sistema telefônico, apesar de haver outras possibilidades de comunicação digital mais econômica, por meio do uso de *softwares* ou aplicativos, como *Skype* ou *Whatsapp Messenger*, os quais são instalados em dispositivos eletrônicos que, também, atuam como aparelhos de telefonia.

Quando os interagentes estão a distância, a comunicação presencial é igualmente onerosa e estrategicamente limitada, porque exige o deslocamento físico de pelo menos um dos interlocutores. Porém, apesar dos avanços da cultura digital na orientação dos hábitos sociais, a presença física ainda é necessária em diferentes situações. Inclusive, isso foi confirmado e justificado nas manifestações pela redução e gradual extinção das tarifas dos ônibus, para que todas as pessoas tenham oportunidade de se locomover de maneira mais rápida e livre pelos espaços urbanos.

Na era digital, entretanto, entre outras possibilidades, a interação através da rede Internet, por computadores, *tablets* ou dispositivos digitais móveis, permitiu a ampliação e a intensificação da comunicação interativa a distância com custo muito reduzido, em comparação aos sistemas fixos ou móveis de telefonia. Assim, de maneira sincronizada ou não, para o grupo social que pode acessar a rede digital Internet, a comunicação de todos os emissores para muitos receptores interagentes tornou-se fácil, rápida, abrangente, financeiramente acessível e praticamente ilimitada.

A dinâmica da comunicação sincrônica em rede digital é praticamente idêntica à interação presencial. Por exemplo, isso é confirmado na ampla e constante comunicação possibilitada pelo aplicativo *Whatsapp*. Mas, a comunicação em rede digital também inclui a vantagem da comunicação assíncrona, porque a mensagem escrita, vocal, sonora ou imagética, pode ficar registrada e à disposição para ser ouvida, observada ou lida pelo receptor, em qualquer tempo posterior ao momento de seu envio pelo emissor. Enfim, a composição de redes sociais é uma decorrência muito antiga na história da comunicação humana. Porém, o desenvolvimento tecnológico, especialmente nesta era digital, potencializa constantemente a dinâmica das redes sociais e seu poder de influência e mobilização dos sujeitos sociais. Por exemplo, isso foi especialmente confirmado nos processos comunicativos de mobilização social, conclamando as pessoas para diferentes manifestações públicas, inclusive, para reivindicar a redução e a extinção das tarifas de transporte em ônibus urbanos.

Sobre os modelos de sistemas de comunicação a distância, a teoria de base foi proposta por Claude Shannon (1948), a partir de seus estudos sobre telefonia analógica. Esses estudos resultaram na "Teoria Matemática da Comunicação" ou "Teoria da

Informação” que, posteriormente, foi interpretada e explicada por Warren Weaver (1953) que, também, indicou três níveis de realização da mensagem: (A) nível técnico; (B) nível semântico, e (C) nível de efetividade. O nível “A” trata da eficiência técnico-tecnológica. Caso a informação não for composta e transmitida de maneira tecnicamente correta, essa pode apresentar ruídos ou ter falhas que poderão impedir a compreensão (nível B) da mensagem e sua efetividade (nível C), porque impedirá a resposta coerente por parte do receptor. O nível “B” trata da coerência semântica da informação, de acordo com o código previamente escolhido para a composição da mensagem. Caso o receptor não compreender a mensagem (nível B), essa perde sua efetividade (nível C) impedindo o receptor de responder ou agir de acordo com o interesse do emissor. O nível “C” trata da confirmação sobre a coerência da resposta do receptor, de acordo com a intenção do emissor. Em geral, além de compreender a mensagem (nível B), o receptor deve reagir mental e fisicamente, de acordo com o propósito do emissor, para que a mensagem seja efetiva.

De acordo com Perassi e Menghel (2011), a invenção do telefone consolidou a relação entre Engenharia, Informação e Comunicação. Anteriormente, essa relação havia sido iniciada com outros inventos, como os sistemas de rádio e telégrafo. Os estudos de Shannon (1948), nos laboratórios *Bell Sistem da American Telegraph & Telephone* (AT&T), demarcaram cientificamente essa relação, representando o protótipo de todos os estudos de comunicação, baseados na produção e distribuição de informação. Ao interpor um sistema tecnológico como mediador do processo de comunicação interpessoal foi necessário considerar dois tipos de codificação e informação. (1) O primeiro tipo é a codificação e a informação na linguagem interpessoal como, por exemplo, os códigos da linguagem verbal. (2) O outro tipo é a codificação e a informação necessárias aos sinais do sistema tecnológico, para que possam ser codificados e coerentemente decodificados em linguagem interpessoal. Há, portanto, (1) as linguagens humanas e (2) as linguagens de máquinas e, por isso, Shannon (1948) tratou os sinais elétricos do sistema telefônico como informação de máquina, considerando como “ruído” todo excesso de informação que foi recebido, em comparação com a quantidade de informação (ou sinais), que foi inicialmente postada no sistema pelo agente emissor. A “falha” ocorre quando a quantidade de informação recebida é menor do que a quantidade inicialmente postada.

Os resultados do avanço tecnológico dominaram quase integralmente os problemas do nível técnico (nível A). Atualmente, além de constantemente serem oferecidos mais recursos de informação e comunicação, em situações de normalidade dos serviços, são geralmente circunstanciais as exceções que provocam ruídos ou falhas

na comunicação em rede digital. Isso inclui também os benefícios e as dificuldades na comunicação mediada pela plataforma *Facebook* que, tecnologicamente e gerencialmente, sustenta e organiza múltiplas páginas digitais individualizadas, promovendo a dinâmica interativa de uma ampla e diversificada rede social mundial.

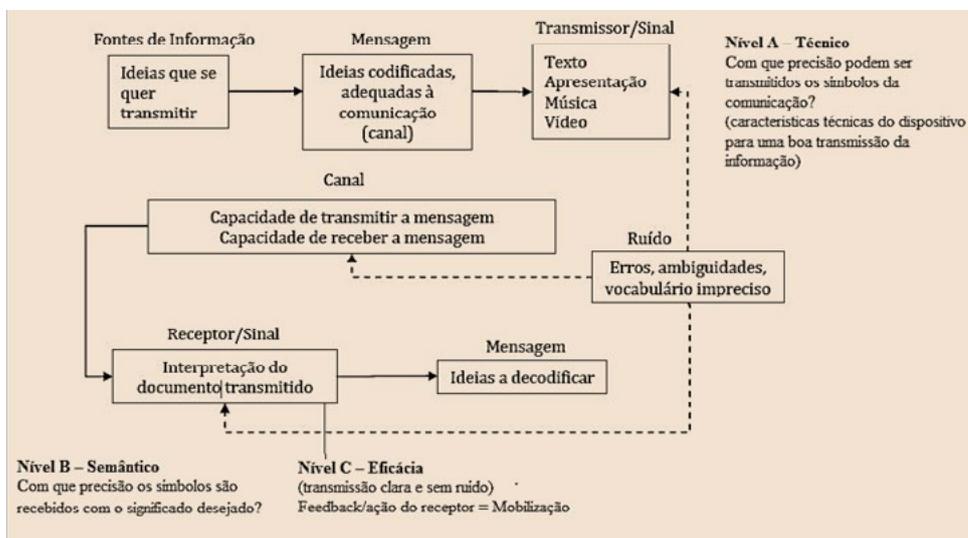
No geral, portanto, os problemas que cotidianamente possam perturbar os consumidores dos serviços em rede digital não se justificam por incapacidade tecnológica, porque esses costumam ser predominantemente decorrentes de abusos na venda e na gestão dos serviços, com relação à falta de garantia da área de cobertura ou ao excesso de usuários de acordo com a capacidade das infovias.

Em condições normais de utilização da rede digital, a atenção pública é mais especificamente dedicada à semântica das mensagens e aos efeitos decorrentes de sua efetividade no processo de comunicação. Na interação comunicativa entre duas ou mais pessoas, a significação final das mensagens é decorrente da interação cognitiva e afetiva entre os significados e os sentidos percebidos, compreendidos ou vivenciados pelos receptores. Para Perassi (2015), as mensagens sonoras, visuais ou verbais apresentam dois tipos de informação que interagem entre si: (1) a informação estética, que atua no campo afetivo do receptor humano, e (2) a informação semântica que atua no campo lógico-cognitivo. Isso também foi anteriormente proposto por Netto (1973), confirmando que a informação semântica pertence ao nível da razão, sendo estruturada por símbolos previamente codificados. Por sua vez, a informação estética pertence ao nível da afetividade. O exemplo proposto por Perassi (2015) é formado por duas expressões compostas com as palavras "homem" e "grande". Ao nível das convenções, a palavra "homem" significa em sentido amplo "ser humano" e em sentido restrito "ser humano adulto do sexo masculino". Também, convencionalmente, a palavra "grande" é oposta à palavra "pequeno", com relação à dimensão de coisas físicas e materiais ou de coisas imateriais como "ideia", "caráter" ou "espírito".

Diante da expressão "homem grande", é possível o receptor-intérprete considerar que a mensagem faz referência a "um ser humano adulto do sexo masculino e de aspecto físico avantajado" (grande por fora). Contudo, na expressão "grande homem", apesar de aparecerem as mesmas palavras, o sentido ou a significação final da mensagem é afetivamente alterada. Por isso, é comum o receptor-intérprete considerar que se trata de "um ser humano adulto do sexo masculino, cuja grandiosidade é espiritual ou de caráter" (grande por dentro). Enfim, tomando, por exemplo, as mensagens verbais, em algumas situações o modo de dizer (expressão) ou a ordenação do que é dito (sintaxe) alteram a estética mensagem e também sua significação final. As variações nos significados tipicamente semânticos e nos sentidos tipicamente estéticos influenciam também na

efetividade da mensagem. No exemplo das mobilizações alguns serão mobilizados pela figura do “homem grande”, que poderá impor temor aos opositores. Mas outros serão mobilizados pela figura do “grande homem”, que poderá impor respeito e obter a adesão ideológica dos opositores. Em síntese (Fig.1), deve-se obter as condições técnicas ou tecnológicas para a composição, envio e recepção das mensagens (nível A). Também, deve-se considerar com atenção a significação final da mensagem (nível B), visando sua efetividade (nível C). Para garantir a boa semântica, deve-se considerar o que é tipicamente semântico e convencionalmente dito na mensagem e, também, a melhor maneira de dizê-lo (informação estética).

Figura 1 - Analogia entre um sistema de comunicação e o ciclo informacional.



Fonte: Guedes, Júnior (2013) com adaptações dos autores.

No contexto de análise informacional, a própria informação é um agente dissipador de incertezas, cujo objetivo é proporcionar alterações no comportamento das pessoas, a partir da redução de suas dúvidas ou incertezas. Isso pode ocorrer por convencimento, priorizando-se a função lógico-referencial e semântica da mensagem. Mas, também, pode ocorrer por sedução, priorizando-se a função poética ou estética da mensagem.

O conceito de comportamento deve incluir as atitudes e as atividades mentais e físicas. Portanto, as mudanças práticas decorrem primeiramente de mudanças na atitude e no comportamento mental. O comportamento mental é ordenado e confirmado por certezas recorrentes, sendo que as informações já conhecidas não alteram as atitudes e as atividades mentais. Enfim, o grau de novidade, originalidade ou imprevisibilidade de sua informação representa o potencial de mudança comportamental, que pode

ser provocada por uma mensagem. A informação muito imprevisível (entrópica) tende a parecer descontextualizada e, portanto, incompreensível ou incoerente. Assim, a integração da informação inovadora ao contexto simbólico do receptor é necessária, porque permite que a mensagem seja aceita, compreendida ou vivenciada e, também, efetiva, com relação aos objetivos da comunicação.

Para Castells (2013), as raízes emocionais dos movimentos sociais decorrem do sentimento de injustiça fundamental que permeia todas as sociedades, sendo isso confrontado pelas aspirações humanas por justiça. Enfim, as mobilizações sociais são efetivas e resultam em manifestações, quando a emoção decorrente dos sentimentos de medo e entusiasmo é expressa em ação pública. (1) A primeira condição para que estas emoções se transformem em movimentos sociais, é a ativação emocional através das conexões realizadas entre sujeitos que estão na mesma condição. (2) A segunda condição é a existência de um processo de comunicação que propague os eventos e as emoções a ela associadas. Quanto mais interativa e autoconfigurável for a comunicação, menos hierárquica será a organização e mais participativo o movimento social, exercendo um contra poder por processos de comunicação autônoma, livre do controle institucional (CASTELLS, 2013).

4. OS MOVIMENTOS SOCIAIS E A REDE DIGITAL INTERNET

Atualmente, os movimentos sociais são predominantemente fundamentados na interação através da rede digital Internet que, apesar de não ser suficiente, é um componente necessário na promoção da ação coletiva. As redes sociais estabelecidas por plataformas digitais são sistemas de comunicação virtual privilegiados para mobilização, organização, deliberação, coordenação e decisão coletiva. Para Castells (2013, p. 135), há uma conexão fundamental entre a rede Internet e os movimentos sociais, porque: “comungam de uma cultura específica, a cultura da autonomia, a matriz básica das sociedades contemporâneas”. Isso determina a capacidade de um ator social tornar-se sujeito em projetos sociais que determinam seus próprios valores e interesses, porque independem das instituições já formalizadas.

A participação do público que, integrado em redes sociais, investem em ações de mobilização e manifestações no espaço virtual da rede digital ou a partir dela caracterizam o fenômeno denominado de “ciberativismo”. Para Machado (2007) a rede Internet é essencial na articulação social. Isso é devido à facilidade de comunicação, de maneira rápida, barata e com grande alcance, apesar de ainda não ser possível medir com precisão sua amplitude e consequências.

Considerando as ideias de outros autores, como Giddens, Castells, Melucci e Hall, Machado (2007) indica dez características dos movimentos sociais relacionadas com a realidade digital proposta por tecnologias de informação e comunicação (TICs):

1. *Proliferação e ramificação dos coletivos sociais*, diversificando e especializando organizações civis e também permitindo sua integração estratégica.
2. *Horizontalidade e flexibilidade das redes*, menos hierarquizadas e mais flexíveis, com múltiplos nós e conexões com *microredes* ou células.
3. *Tendência à coalizão ou coalizacional*, compondo redes digitais de alcance mundial em torno de interesses (políticos) comuns.
4. *Existência dinâmica segundo objetivos ou fatos políticos*, com redes específicas que são rapidamente compostas ou desfeitas.
5. *Minimalismo organizacional-material*, cuja existência virtual e interação digital podem dispensar outras estruturas físicas além dos dispositivos eletrônico-digitaes fixos ou móveis.
6. *Universalismo e particularismo das causas*, reunindo mundialmente pessoas com interesses comuns, sendo alguns grupos muito restritos ou especializados.
7. *Grande poder de articulação e eficiência*, interconectando rapidamente e promovendo a comunicação entre pessoas distantes entre si, mas que cultivam ideias e interesses comuns.
8. *Estratégias deslocalizadas de ideologias compartilhadas*, que são decorrentes da articulação eficiente de pessoas distantes, mas com interesses comuns.
9. *Multiplicidade de identidades e circulação de militantes*, porque uma mesma pessoa pode ser ativista de diversas causas em diferentes grupos.
10. *Identidade difusa dos sujeitos sociais*, porque o anonimato e as múltiplas identidades potencializam as formas de ativismo, inclusive, dificultando reconhecer as características identitárias dos movimentos sociais.

Em 2004, houve a criação da plataforma digital *Facebook*, em decorrência do trabalho de Mark Zuckerberg que, na época era estudante da universidade estadunidense Harvard. Primeiramente, o objetivo era conectar os estudantes de universidades. Mas, a partir do ano de 2006, foi ampliando sua influência, como a mais popular rede social digital. Segundo Moraes, Cappelozza e Meirelles (2014), é ampla a variedade de atuações através da rede social sustentada pela plataforma digital *Facebook*. Inclusive, há diversos estudos sobre isso como, por exemplo: (1) as divulgações de campanhas políticas (Robertson et al., 2010; Vitak et al., 2011); (2) contratação de funcionários (Peluchette & Karl, 2009); (3) integração de sistemas de relacionamento com clientes

(Ang, 2011); (4) características comportamentais individuais (Orr et al., 2009; Young et al., 2009; Shen & Khalifa, 2010; Gonzales & Hancock, 2011; Stefanone, Lackaff, & Rosen, 2011).

A plataforma digital *Facebook* é percebida no ciberespaço da rede Internet através de suas múltiplas páginas pessoais, comerciais ou institucionais. As páginas são expressas como interfaces gráficas que, a despeito das postagens características de cada entidade, também mantém, como moldura, uma identidade gráfico-visual que é comum a todas as páginas (Fig. 2). Isso propõe unidade ao amplo e diversificado conjunto de páginas que compõe o *website Facebook*.

Figura 2 - Página “Movimento Passe Livre Floripa”



Fonte: Website Facebook.

A identidade gráfico visual que é recorrente em todas as páginas do *website*, também, propõe unidade aos registros da presença das entidades que compõem a rede social que interage através da plataforma digital *Facebook* (Fig. 2). Para Castells (2013), por permitirem vários tipos de atividades, atualmente, os *social networks sites* (SNS) promovem a atividade mais importante na rede Internet, ou seja, a formação e a interação de redes sociais, que são gerenciadas e mediadas por esses *websites*.

Os processos de mobilização *online* viabilizam também ações e manifestações coletivas *off-line*, alterando igualmente as relações humanas em situações fisicamente presenciais, resultando em um legado decorrente da mudança cultural ou política que foi produzida (CASTELLS, 2013). As redes sociais propiciam forte identificação e engajamento, porque são construídas pelos próprios usuários, adquirindo características conforme suas próprias ações (SHRIKY, 2011). A ação social iniciada na rede Internet é geralmente iniciada por um criador ou fundador que, primeiramente, divulgou sua

intenção, iniciou a mobilização e propôs a ação. Mas, em seguida, todos os participantes da rede também passam a interferir e a influenciar na construção e na realização da atividade.

Shriky (2011) considera os riscos implicados em toda interação social, sendo que a participação voluntária depende da previsão de recompensas. O encorajamento para os novos adeptos depende da capacidade de mobilização dos já envolvidos. Mas, o sucesso do recrutamento também serve de incentivo para quem já é engajado. Enfim, há um alto grau de comprometimento emocional e a recompensa mais almejada é a realização dos propósitos comuns. Tudo isso promove o comprometimento fundamental, para promover engajamentos continuados e estimular a superação das adversidades.

Assim como outros movimentos sociais, o “Movimento Passe Livre Floripa” também dispõe de um *website* oficial na plataforma *Wordpress*. Contudo, o foco deste estudo é a página do movimento no *website* multipáginas *Facebook* (Fig. 2), que foi é construída desde o ano de 2005 e onde está publicado o seguinte texto de descrição:

O Movimento Passe Livre luta pela gratuidade do transporte coletivo urbano, a TARIFA ZERO! O MPL é atuante em muitas cidades brasileiras e tem como princípios a horizontalidade, a autonomia e o apartidarismo. Neste sítio você irá encontrar as datas de atividades e manifestações, notas públicas e textos que expressam as posições do movimento em Florianópolis. Nos vemos nas ruas!!!...e o último a pular a catraca apague a luz.

Na pesquisa realizada, foram selecionadas 19 postagens que ocorreram entre os dias 10 e 30 de junho de 2013. Nas postagens observa-se a identificação da data (periodicidade), o número de comentários, o número de “curtidas”, o número de compartilhamentos e, também, foram realizadas as descrições das postagens, considerando-se especialmente o conteúdo do texto escrito, mas também sua relação com imagens e produtos audiovisuais:

- A primeira postagem do dia 10 de junho foi a frase “junho é tempo de pular a fogueira”, fazendo referência à imagem de uma catraca de ônibus que é representada queimando como uma fogueira, resultando em 36 curtidas, 88 compartilhamentos e nenhum comentário.
- A segunda postagem do dia 10 de junho foi a reprodução de um comunicado à população do sindicato dos trabalhadores do transporte urbano, sobre a greve no transporte coletivo, colocando-se à disposição da justiça e da cidade para realizar uma “greve ao contrário”, com a circulação de toda a frota de ônibus, mas sem a cobrança da tarifa (“catraca livre”), resultando em 52 curtidas, 123

compartilhamentos e seis comentários: cinco de aprovação e um de crítica.

- A postagem em destaque no dia 11 de junho foi um audiovisual publicado na plataforma digital *Youtube* pelo jornal “Nova Democracia”, cujo título é “Rebelião popular contra o aumento da passagem no Rio de Janeiro”, registrando o evento ocorrido na noite anterior, do dia 10 de junho. O conteúdo audiovisual, em pouco mais de seis minutos, evidencia a reação violenta dos policiais da tropa de choque da Polícia Militar, que lançaram bombas de efeito moral e efetuaram disparos com projéteis de borracha contra os manifestantes. Houve a prisão de 33 manifestantes, além da intoxicação de transeuntes que passavam pelo local. A postagem recebeu 12 curtidas, 11 compartilhamentos e, dois dias depois, houve um longo comentário, com críticas às empresas e aos órgãos governamentais que gerenciam o setor.
- A postagem do dia 12 de junho foi marcada pela frase “Se a tarifa aumentar, São Paulo vai parar”, sendo acompanhada por texto escrito com dados sobre o repasse financeiro da prefeitura às empresas de transporte e pela imagem fotográfica de Fernando Haddad, prefeito de São Paulo. O texto escrito também alertava para a necessidade de doações financeiras para promover o fim da retenção de 20 pessoas detidas na manifestação paulistana do dia anterior. A postagem recebeu 14 curtidas, 21 compartilhamentos e dois comentários, um breve, apoiando a ação e outro postado dias depois, mais longo e marcado pela frase “chegou nossa primavera”, além de expor outras reivindicações e denúncias de corrupção, má qualidade do transporte, julgamento do mensalão, inflação, redução da maioria penal, e outros.
- A primeira postagem do dia 13 de junho foi um texto breve com linguagem informativa, chamando para a reunião do dia 15 na Praça XV, região central de Florianópolis, cuja pauta era a construção de um projeto popular para o transporte público e os próximos passos. A postagem recebeu oito curtidas, quatro compartilhamentos e dois comentários. O primeiro foi postado no mesmo dia pelo próprio MPL Floripa, com a indicação da página do *Facebook* do evento. Dias mais tarde, foi postado o segundo comentário, criticando o patrocínio de empresários a campanhas políticas.
- A segunda postagem do dia 13 de junho divulgou a notícia de que houve “10.000 manifestantes em São Paulo e 10.000 no RJ”, comunica ainda que foram detidas 30 pessoas por policiais à paisana nas estações de metrô, para coibir as manifestações, e enfatiza para o fato de mesmo com a fiança paga terem sido enviados a prisão. A postagem recebeu 48 curtidas, 21 compartilhamentos e

oito comentários breves de apoio sendo a maioria do mesmo dia (13) e os dois últimos dos dias 14 e 20. O primeiro é do próprio MLP Floripa, com *hiperlink* para a matéria do *website* de notícias “Terra”, cujo o título é “SP: 40 são presos antes do início de protesto contra aumento da passagem”.

- A terceira postagem do dia 13 de junho foi caracterizada pela linguagem opinativa, em uma mensagem composta também por um *hiperlink* compartilhado de uma matéria da página *Facebook* do Movimento Passe Livre São Paulo com destaque para o texto: “CHOQUE começa a reprimir a manifestação com BOMBAS E BALAS DE BORRACHA, enquanto as pessoas gritam: SEM VIOLÊNCIA!! NÃO há Confronto!! Só a Polícia Agride!!”. A postagem recebeu 11 curtidas, três compartilhamentos e nenhum comentário.

- A primeira e única postagem do dia 15 de junho marcou o início de um tempo sem postagens, as quais reiniciaram posteriormente, mas somente a partir do dia 21 de junho. A postagem disponibilizou o *hiperlink* de uma chamada para o programa “Roda Viva” da TV Cultura a ser exibido no dia 17 de junho, com a entrevista dos líderes do MPL São Paulo. A postagem recebeu 34 curtidas, 35 compartilhamentos e seis comentários, sendo um do mesmo dia e os outros nos dias subsequentes, incluindo um comentário, postado depois da data da entrevista, enaltecendo a participação dos entrevistados.

- A primeira postagem do dia 21 de junho, o dia posterior à grande manifestação de rua em Florianópolis, foi o compartilhamento do *hiperlink* para acessar o conteúdo gravado da entrevista coletiva com lideranças MPL de Florianópolis que já havia ocorrido naquele dia. A postagem recebeu seis curtidas, um compartilhamento e sete comentários (quatro no mesmo dia e outros nos dias subsequentes. Entre os comentários, dois solicitam que a entrevista coletiva seja disponibilizada para *download* e outros cinco propõem esclarecimentos sobre a manifestação ocorrida.

- A primeira postagem do dia 22 de junho foi realizada pelos próprios representantes centrais do movimento em Florianópolis, em linguagem informativa e opinativa e assinada coletivamente para tratar da manifestação e apresentar a pauta de reivindicações. A postagem recebeu 130 curtidas, 195 compartilhamentos e 37 comentários.

- A primeira postagem do dia 23 de junho também foi realizada pelos próprios representantes centrais do movimento em Florianópolis e apresentava o título “Cesar (prefeito), redução da tarifa JÁ! Rumo à tarifa zero”. Também, foi postada a imagem do rosto do prefeito sorrindo, seguida das seguintes frases: “Governo

Federal reduz impostos do transporte, não reduz o preço da passagem". Houve ainda a postagem de dois hiperlinks sendo um para a nota do MPL na plataforma digital *Google Docs* e outro para o texto "Ultimato ao Prefeito". A postagem recebeu 118 curtidas, 167 compartilhamentos e 11 comentários.

- A primeira postagem do dia 24 de junho, véspera da segunda manifestação de rua, foi marcada pelo título "Amanhã! TARIFA ZERO JÁ! Também, foi postado um *hiperlink* para a página *Facebook* exclusiva do evento com a chamada "O movimento passe livre em foco! Confira aqui os 5 pontos importantes". A postagem recebeu 127 curtidas, 181 compartilhamentos e cinco comentários todos no mesmo dia: (1) o primeiro comentário pede que sejam apoiadas outras reivindicações; (2) o segundo fala que a intenção é boa, mas impraticável e que o MPL teve oportunidade de levar para a pauta da reunião com a Presidente (Dilma) questões mais importantes; (3) o terceiro comentário fala que é importante cada um que compartilhar fazer suas impressões e divulgar a manifestação do dia seguinte; (4) o quarto fala da fila do ônibus aumentar a cada dia e, por último, que a luta envolvesse outras cidades da "grande Florianópolis", como Biguaçu, São José e Palhoça.

- A segunda postagem do dia 24 de junho, foi marcada pela frase "Mais do que sentar à mesa e conversar, o que importa é atender às demandas claras que já estão colocadas pelos movimentos sociais de todo o país. Contra todos os aumentos do transporte público, contra a tarifa, continuaremos nas ruas! TARIFA ZERO JÁ!". Também foi postado um *hiperlink* de acesso ao *website* do MPL São Paulo, destacando a "Carta aberta do MPL-SP à presidenta". A postagem recebeu 17 curtidas, dois compartilhamentos e 11 comentários.

- A primeira postagem do dia 25 de junho, dia em que houve a reunião da direção local do movimento com o prefeito de Florianópolis, foi o ofício ao prefeito, requerendo a reunião com as pautas de redução imediata das tarifas do transporte coletivo e constituição de um grupo de trabalho deliberativo visando à implementação da tarifa zero. Além disso, a postagem informa sobre a concentração de pessoas que aguardavam o posicionamento da prefeitura. A postagem recebeu 84 curtidas, 52 compartilhamentos e cinco comentários de apoio na mesma data.

- A primeira postagem do dia 26 de junho foi um audiovisual de 49 segundos, postado na plataforma digital *Youtube* com o título "Chamada dia 27 – 17h – ato pela redução imediata da tarifa – Floripa". No refrão da canção que serviu de trilha sonora para as imagens do movimento foi dito: "Calar a boca nunca mais".

A postagem recebeu 20 curtidas, 49 compartilhamentos e sete comentários: (1) o primeiro diz que ficou “lindo”; (2) o segundo pergunta se estão estudando para as provas de final de semestre; (3) o terceiro pergunta do percurso; (4) o quarto questiona o sentido do voto no país; (5) o quinto diz para nas próximas eleições votarem nulo; (6) o sexto diz estar de acordo com o movimento, mas não apoiar as paralisações de ônibus e pergunta se vão fechar a ponte.

- A primeira postagem do dia 27 de junho é um texto breve chamando para a panfletagem e a manifestação do dia. A postagem recebeu 12 curtidas, um compartilhamento e nove comentários: o primeiro comentário questiona o fato de uma matéria falar que o MPL foi criado pelo PT, há outros comentários de apoio, em um comentário apresenta-se uma canção e, no último, lembra-se o período da ditadura.

- A segunda postagem do dia 27 de junho reforça a chamada para a concentração da manifestação daquele dia. A postagem recebeu 37 curtidas, um compartilhamento e 16 comentários.

- A primeira postagem do dia 30 de junho é também a última daquele mês e faz uma convocação para uma outra manifestação no dia 4 de julho, marcada pela frase “Quinta-feira vai ser maior! Todas as ruas POR UMA VIDA SEM CATRACAS”. A postagem recebeu 19 curtidas, três compartilhamentos e quatro comentários: dois comentários perguntando se haverá paralisação no dia seguinte e uma resposta dizendo que haveria só panfletagem para quem quisesse ajudar.

5. DISCUSSÃO E RESULTADOS

Foram observadas e descritas as principais postagens ocorridas no mês de junho de 2013, na página *Facebook* do movimento “Passe Livre” em Florianópolis. Como foi proposto anteriormente, no dia 20 de junho, houve cerca de 30 mil pessoas participando da maior manifestação do movimento “Passe Livre” em Florianópolis. Todavia, nas postagens ainda disponíveis na página pesquisada, não foi possível observar nenhum esforço de mobilização pública para essa manifestação em especial.

Neste artigo, com a confirmação de diferentes autores, já foi assinalado o papel decisivo das redes sociais sustentadas por plataformas digitais, na mobilização do público, para diversas e recentes manifestações civis, que ocorreram em diversos lugares e por motivações diferenciadas. Mas, a página do movimento “Passe Livre” em

Florianópolis não atuou diretamente na mobilização das três dezenas de milhares de pessoas que participaram da manifestação em Florianópolis.

Diante disso, é possível considerar que a página *Facebook* do movimento "Passe Livre" em Florianópolis não foi o nó central e principal mobilizador da rede interativa e dinâmica para a referida manifestação social. Mas, com certeza, houve ampla e intensa mobilização dos moradores locais, através de diversos dispositivos eletrônico-digitais e de recursos interativos em rede, incluindo os da rede social que é sustentada pela plataforma digital *Facebook*.

Primeiramente, no mês de junho, as postagens da página *Facebook* do movimento local foram dedicadas aos relatos da situação do movimento na cidade de São Paulo, inclusive, denunciando a violência policial e anunciando manifestações das lideranças paulistanas e nacionais, incluindo a entrevista no programa de televisão "Roda Viva". Mas, no dia 21 de junho, houve o marco do redirecionamento do conteúdo da página digital, cujo foco recaiu na entrevista coletiva com as lideranças locais do movimento "Passe Livre".

Essa primeira postagem não chamou a atenção de muitos, porque apenas seis participantes da rede social curtiram a postagem, havendo um compartilhamento e sete comentários. Contudo, evidencia-se o poder de disseminação da rede digital na medida em que, na postagem do dia 22 de junho, com notas sobre a manifestação local e a pauta de reivindicações do movimento, foram observadas 130 curtidas, 195 compartilhamentos e 37 comentários. Portanto, dois dias depois, um pouco mais do que um por cento (1%) do público participante da principal manifestação de rua, também, reagiu e interagiu positivamente, por meio das postagens feitas na página em estudo.

No auge das manifestações de rua em Florianópolis, guardando as devidas proporções, também foram dinamizadas e multiplicadas as participações no espaço virtual da página *Facebook* do movimento "Passe Livre" em Florianópolis. Por exemplo, entre os dias 23 e 25 de junho, houve 346 curtidas, 402 compartilhamentos e 32 comentários. Isso propõe que a página do movimento local centralizou e disseminou o debate sobre as ocorrências, reivindicações e consequências no auge das manifestações de rua que, também, se repetiram nos dias 25, 26 e 27 de junho, reunindo 10 mil, 5 mil e 1,5 mil manifestantes, respectivamente.

Na medida em que a ação e o debate assumiram os contornos locais, a página também passou a expressar a dinâmica local e a atuar como espaço virtual, comunicativo e interativo de mobilização social para as manifestações na rede e nas ruas, contabilizando 1052 participações entre curtidas, compartilhamentos e comentários nos dias 22, 25, 26 e 27 de junho de 2013.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em concordância com Castells (2013), considera-se que, atualmente, os movimentos sociais assumem configurações específicas e diferenciadas de outros, devido à interação possibilitada pela rede digital Internet, como campo comunicacional para promover a ação coletiva. Como sistemas privilegiados para a comunicação e a interação social, as plataformas digitais atuam diretamente na mobilização, na organização e na participação social.

Na pesquisa realizada na página digital do movimento “Passe Livre” em Florianópolis, como já era esperado, observa-se que a ampla comunicação interativa e mobilizadora ocorre de maneira predominantemente descentralizada na rede digital Internet.

A página institucional sustentada na plataforma *Facebook* é uma referência que identifica, situa e representa o movimento “Passe Livre” em Florianópolis, constituindo-se como uma de suas interfaces de referência. Isso é especialmente interessante para quem deseja estabelecer um diálogo com a direção local do movimento, inteirando-se do direcionamento designado pela diretoria e, também, buscando espaço comunicativo para influenciar nesse direcionamento.

Há, portanto, interlocutores diretos que, devido às características da rede digital, assumem a função de disseminar aleatoriamente informações e opiniões decorrentes de uma interação privilegiada com o núcleo gestor do movimento, através de *websites* ou páginas oficiais.

Os dados coletados e que foram aqui apresentados são referentes à atuação do movimento “Passe Livre” em Florianópolis no mês de junho de 2013, enfocando o período de 20 a 27 de junho. Considerando-se o número máximo com cerca de 30.000 participantes na manifestação de rua do dia 20 de junho, observou-se que, nos dias subsequentes, 1052 internautas atuaram diretamente na página *Facebook* do movimento local. São interlocutores privilegiados, disseminadores e mobilizadores visíveis na dinâmica de uma ampla rede social. Portanto, aparecem como “a ponta de um iceberg” que, provavelmente, é pelo menos 30 vezes maior, considerando-se o total de participantes de sua rede de influências.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2013.

CATARINENSES estão insatisfeitos com a situação no Brasil e querem mudança. In: **Notícias do Dia**, 31 jul. 2013. Disponível em: <http://ndonline.com.br/florianopolis/noticias/91118-catarinenses-avaliam-desempenhos-dos-governantes-e-dizem-que-podem-voltar-as-ruas.html>. Acesso em: 16 mai. 2016.

EBC, **Empresa Brasil de Comunicação**. Conheça as origens do Movimento Passe Livre, Brasília, DF, 18 jul. 2013. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/cidadania/2013/06/conheca-as-origens-do-movimento-passe-livre>. Acesso em: 16 de mai. 2016.

GUEDES, W.; ARAÚJO JUNIOR, R. H. O Fluxo de Informações na Auditoria Pública e a Teoria da Matemática da Informação. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 19, n.40, p. 33-50, mai./ago., 2014.

JAPIASSU, H.; MARCONDES, D. **Dicionário básico de filosofia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

MACHADO, J. A. S. **Ativismo em rede e Conexões Identitárias** – Novas perspectivas para Movimentos Sociais. *Sociologias (UFRGS)*, v. 18, P.248-284, 2007.

MORAES, G.; CAPPELLOZA, A.; MEIRELLES, F. **#VEMPRARUA – A Tecnologia da Informação e as Manifestações Sociais: um Estudo da Utilização das Redes Sociais para Participação nos Protestos**. XXXVIII Encontro da ENPAD, 13 a 17 de set. Rio de Janeiro/RJ. 2014

NETTO, J. **Por uma teoria da informação estética**. Editora Monitor. 1º Edição, São Paulo/SP, 1973.

PASSEATA pela redução das tarifas. In: **Portal de Notícias Daqui**, 23 jun. 2013. Disponível em: <http://daquinarede.com.br/2013/06/passeata-pela-reducao-das-tarifas/>. Acesso em: 16 de mai. 2016.

PERASSI, R. **Roteiro didático da Arte na produção do Conhecimento**. Campo Grande, MS: EDUFMS, 2005.

_____. **Do ponto ao pixel: sintaxe gráfica no videodigital**. Florianópolis: CCE/UFSC, 2015.

PERASSI, R.; MENEGHEL R. Conhecimento, Mídia e Semiótica na área de Mídia do Conhecimento. In: **Mídias do conhecimento**, Editora Pandion, p.47-73, Florianópolis/SC, 2011.

PEREIRA, M. Cesar Junior recebe Movimento Passe Livre e pede para que pontes não sejam fechadas hoje. In: **Diário Catarinense**, Florianópolis, 25 jun. 2013. Disponível em: <http://wp.clicrbs.com.br/moacirpereira/2013/06/25/cesar-junior-recebe-movimento-passe-livre-e-pede-para-que-pontes-nao-sejam-fechadas-hoje/>? Acesso em: 16 mai. 2016.

SHANNON, C. A Mathematical Theory of Communication. In: **The Bell System Technical Journal**. Vol. 27, p. 379-423, July, October, 1948. Disponível em: <http://www.esrl.wustl.edu/~jao/itrg/shannon.pdf>. Acesso em: 23 mai. 2016.

SHIRKY, C. **A cultura da participação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011

VALENTIM, M. L. P. (org.) **Métodos qualitativos de pesquisa em Ciência da Informação**. São Paulo: Polis, 2005.

WEAVER, Warren. **Recent contributions to the mathematical theory of communication**. ETC: A Review of General Semantics, p. 261-281, 1953.