

# **PROTESTOS NO BRASIL: DA RETOMADA DAS RUAS EM 2013 AO #NAOVAITERCOPA**

**DENISE CRISTINE PAIERO**  
UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

## **Resumo**

O presente trabalho investiga as estratégias comunicativas dos manifestantes que foram – e continuam a ir – às ruas brasileiras para protestar. Delimitaremos o período entre junho de 2013 e junho de 2014, quando se realizou a Copa de Mundo de Futebol FIFA no país e quando houve um crescimento significativo no número de manifestantes e manifestações pelo Brasil. De junho de 2013 a junho de 2014, o Brasil foi tomado por ondas de protestos, várias cidades pararam. Milhões de pessoas foram às ruas. Neste trabalho buscamos compreender como se dá a construção de vínculos entre manifestantes, mídia e público. Pretendemos avaliar as estratégias midiáticas dos protestadores, desde a utilização de cartazes nas manifestações – ferramenta antiga, mas ainda eficiente – até o uso recente das redes sociais, incluindo-se aí a criação de slogans como “Não vai ter Copa” (ou #naovaitercopa).

## **Palavras-chave**

Protestos; Jornalismo; Redes Sociais; Brasil; Palavras de ordem.

## **Protestos no Brasil: da retomada das ruas em 2013 ao #naovaitercopa**

O presente trabalho investiga as manifestações que aconteceram nas ruas brasileiras a partir de junho de 2013 e que ficaram conhecidas como “Jornadas de Junho”. Observamos, sobretudo, os aspectos de comunicação das manifestações. Delimitamos o período entre junho de 2013 e junho de 2014, quando se realizou a Copa de Mundo de Futebol FIFA no país e quando houve um crescimento significativo no número de manifestações pelo Brasil.

A Copa, aliás, pensada como uma estratégia do Governo brasileiro, em suas

diversas instâncias, para dar mais visibilidade internacional ao Brasil, acabou se tornando um problema: além de suscitar o descontentamento de boa parte da população com os gastos excessivos com o torneio, fez com que o país se tornasse o cenário ideal para a publicização internacional das mais diversas demandas. Em junho de 2013, o país foi tomado por ondas de protestos. Em 13 junho, por exemplo, mais de 200 mil brasileiros participaram simultaneamente de manifestações. No dia 20 do mesmo mês, foram um milhão de manifestantes. Alguns desses protestos foram organizados por movimentos sociais tradicionais. Outros, trouxeram à tona uma tendência nas manifestações do século XXI e se desenvolveram, aparentemente, sem uma organização central e sem causas específicas – ou com muitas causas simultâneas.

Desde 1995 temos pesquisado a construção da comunicação por meio de atos de protesto (PAIERO, 2005). Em nossas pesquisas e a partir de conceitos desenvolvidos pelo jornalista e comunicólogo alemão Harry Pross (1997), concluímos que o protesto, como resposta pública a determinada situação que se quer alterar é dirigido sempre a dois destinatários: àquele a quem se faz a oposição e a um público terceiro, do qual se quer apoio. Para alcançar a visibilidade pretendida, com a publicização da demanda e também para obter o apoio de pessoas externas ao protesto, os protestadores atuam, principalmente, na construção de vínculos. Nesse processo de comunicação, os meios de comunicação – sejam da chamada mídia tradicional ou das novas ferramentas de comunicação – têm papel fundamental, ao repercutir e alimentar as estratégias dos realizadores de protestos.

Neste trabalho buscamos compreender como se dá a construção de vínculos entre manifestantes, mídia e público. Avaliamos as estratégias midiáticas dos protestadores, desde a utilização de cartazes nas manifestações – ferramenta antiga, mas ainda eficiente – até o uso recente das redes sociais, incluindo-se aí a criação de slogans como “Não vai ter Copa” (ou #naovaitercopa).

Buscamos entender as ferramentas utilizadas na busca por visibilidade dentro das manifestações, além de sua consequente propagação pela chamada mídia tradicional e também nas redes sociais.

A recente onda de protestos no Brasil ainda foi pouco estudada, sobretudo no que se refere aos seus aspectos comunicativos. Esta pesquisa visa ajudar a compreender esse material tão rico e importante do ponto de vista da comunicação, não apenas para brasileiros, mas para todos que buscam compreender a complexidade dos protestos no século XXI.

## **Não era só por 20 centavos**

Em junho de 2013 uma onda de protestos tomou conta das ruas brasileiras. Durante o mês foram realizadas dezenas de manifestações em mais de 50 cidades brasileiras e até em algumas cidades do exterior. Ao todo, estima-se que mais de dois milhões de pessoas tenham saído às ruas para protestar no período de vinte dias. Mas como isso começou?

No início de junho a Prefeitura da cidade de São Paulo e o Governo do Estado anunciaram, respectivamente, o aumento nos preços das passagens de ônibus e de metrô na capital paulista. No caso dos ônibus, as passagens passariam de R\$3 para R\$3,20. Imediatamente, o MPL (Movimento Passe Livre), uma organização que luta por transporte público gratuito, saiu às ruas, manifestando-se contrariamente à proposta.

O primeiro protesto, realizado pelo MPL em 6 de junho, reuniu 2 mil estudantes, no centro da cidade. No dia 7, um grupo de estudantes caminhou por importantes avenidas de São Paulo e provocou confusão no trânsito. Em ambos os casos, a Tropa de Choque da Polícia Militar atuou para dispersar manifestantes.

No dia 11 de junho, outro protesto na região da Avenida Paulista terminou com detenções e feridos.

Em meio à manifestação, parte dos protestadores saiu do grupo e começou a praticar ataques a bancos, pontos de ônibus e estações de metrô no centro de São Paulo. A polícia atuou com truculência. No dia seguinte, os principais jornais do país publicavam matérias negativas aos manifestantes, criticando a manifestação e seus resultados e apoiando a ação da polícia. A capa do jornal *Folha de S. Paulo* de 12 de junho de 2013 trazia a manchete: “Governo de SP diz que será mais duro contra vandalismo”.

Indignados, comentaristas de programas jornalísticos da TV brasileira bradavam que aquela baderna era injustificada, que era um absurdo que apenas 20 centavos provocassem aquela ira toda. Em um dos principais telejornais do Brasil, o Jornal da Globo, o conhecido comentarista brasileiro Arnaldo Jabor afirmou: “Revoltados de Classe Média não valem 20 centavos”. De fato, conforme nossas pesquisas anteriores, observamos que uma das formas de ganhar a antipatia da mídia para determinado protesto e, conseqüentemente, para uma determinada causa, é provocar a depredação de patrimônio. Provavelmente, era essa rejeição que acontecia naquele momento na relação entre a chamada grande mídia e os manifestantes.

Mas, desta vez, quem apostou que o movimento tenderia naturalmente ao fim, sem o apoio da mídia, errou. E o movimento que parecia pequeno e direcionado, logo cresceu.

No dia 13 de junho, outra manifestação convocada pelo Movimento Passe Livre, e divulgada pelas redes sociais na Internet, reuniu 65 mil pessoas na capital paulista. Outras 200 mil se reuniram em várias cidades brasileiras. E o que se viu a partir daí espantou até mesmo os organizadores do próprio movimento. Nesse momento, provavelmente alimentada por uma possível reprovação pública às manifestações, conforme repercutido na mídia no dia 12, e despreparada para lidar com aquela situação, a Polícia Militar de São Paulo reprimiu fortemente o protesto. Ao tentar impedir a mobilização e a caminhada dos manifestantes, a Polícia atacou fortemente pessoas que destruíam o patrimônio público e também jovens que caminhavam pacificamente, pessoas que estavam nos pontos de ônibus e profissionais da imprensa. Bombas de efeito moral foram lançadas na multidão. Balas de borracha foram disparadas. Pessoas foram presas sob acusação de carregarem explosivos, pois estavam transportando inusitadas garrafas de vinagre, pensando em se proteger do gás lacrimogêneo. O saldo da noite: dezenas de pessoas feridas, entre eles, vários jornalistas. Duzentos e trinta manifestantes detidos, jornalistas aí incluídos.

Desta vez, o resultado foi oposto. Atingidos em seu direito de informar, já que profissionais de imprensa foram impedidos de trabalhar durante a manifestação, veículos da grande imprensa inverteram sua posição, como mostrou a capa da *Folha de S. Paulo* do dia 14 de junho (ou seja, apenas dois dias depois da publicação da capa que mostramos anteriormente). A manchete do jornal afirmava: "Polícia reage com violência a protesto e SP vive noite de caos". Na foto principal, dois jovens aparecem sendo agredidos por policiais. A matéria principal criticava o despreparo da polícia e sua agressividade. Mostrava fotos das vítimas e trazia um ar de indignação pelo impedimento do trabalho dos jornalistas. Neste caso, o exemplo da *Folha* pode ser estendido à mudança de postura na maior parte da chamada grande mídia brasileira. A truculência da polícia ganhou destaque e os manifestantes ganharam visibilidade positiva. O próprio Arnaldo Jabor, que havia, dias antes, criticado as manifestações, pediu desculpas e se reposicionou. No dia 17 de junho ele afirmou publicamente ter entendido "que a causa das manifestações não eram apenas os 20 centavos a mais na tarifa de ônibus. Para justificar as críticas que havia feito anteriormente, ele disse ter temido que tanta energia fosse gasta em bobagens, "quando há graves problemas a enfrentar no Brasil", mas que "a partir de quinta-

feira, com a violência maior da polícia, ficou claro que o Movimento Passe Livre expressava uma inquietação que tardara muito no País”.

Daí em diante, as manifestações cresceram vertiginosamente. No dia 20 de junho, mais de um milhão de pessoas saiu às ruas de todo o Brasil para protestar.

Mas o que estava, de fato, acontecendo no Brasil naquele momento? Observando toda essa movimentação, podemos afirmar hoje, mais de um ano depois, que a manifestação era, realmente, por muito mais que 20 centavos. De fato, o estopim foi o aumento de preço das passagens, mas não foram os 20 centavos. Foi a percepção de que não se poderia mais calar e aceitar a cobrança ainda maior por um serviço básico que já não funcionava. Como tantos outros que não funcionam em São Paulo. E isso foi só o começo.

Não foi sem motivo que a movimentação partiu de grupos indignados com o aumento do preço da passagem de ônibus. Afinal, o transporte coletivo e o trânsito da cidade estão entre os temas que mais massacram o paulistano em seu cotidiano. E isso vale para quem tem carro e para quem anda de transporte coletivo. São Paulo tem um dos piores trânsitos do mundo, está entre o quarto e o sexto lugar, dependendo da metodologia da pesquisa. E o paulistano perde em média duas horas por dia para ir e voltar do trabalho. Sabemos que esse número é muito maior para quem vive na periferia. Mas, como já afirmamos, esse foi apenas o começo.

O que passamos a ouvir nas ruas foram os gritos de uma população penalizada pelos excessos (de gente, de barulho, de trânsito, de poluição, de custos, de cobranças) e pelas faltas provocadas por esses excessos (falta de tempo, de contato com os filhos, de amigos, de saúde, de verde) que fazem parte da vida de qualquer paulistano.

Um dos teóricos que serve como base para nossas pesquisas acadêmicas sobre protestos é o comunicólogo alemão Dietmar Kamper. Nos anos 1990, ele gostava de ir a São Paulo e observar as pessoas na região central, pois dizia que a cidade parecia um grande laboratório de como as pessoas conseguem se re-signar (assim, separado) em/ com uma cidade que oprime e que exige transformações – para pior – constantes na vida e na relação com o mundo. Kamper (1996, p. 4, online) dizia que paulistanos são especialistas nisso! Na resignificação resignada do cotidiano. Segundo ele, paulistanos sobrevivem dentro de uma reconstrução permanente de si mesmos, passando por cima de seus próprios limites – físicos e psicológicos – à medida em que a cidade se transforma. Parece que o mundo nos vê assim. A cobertura internacional sobre os protestos no Brasil mostrou espanto

diante das reações inesperadas de um povo considerado “pacífico”.

O etólogo e prêmio Nobel de Medicina Konrad Lorenz afirmava, nos anos 1970, que o comportamento humano tende ao desequilíbrio e que, culturalmente, o homem e os grupos sociais agem como um pêndulo que se desloca para um extremo, até que a situação fica insuportável e joga o pêndulo para outro lado (Lorenz, 1992, p.12). É possível que, naquele momento, os moradores de São Paulo tenham chegado ao extremo da re-signação e tenham buscado exteriorizar essa insatisfação.

O fato é que as bombas de gás lacrimogêneo e as balas de borracha colocaram mais combustível num grupo já inflamado. Como já citamos, no dia 20 de junho um milhão de pessoas saiu às ruas pelo Brasil para protestar. A partir dali, parecia que a cidade convulsionava: não havia mais um dia tranquilo, em que algumas das principais vias da cidade não estivessem tomadas por manifestantes. Durante todo o mês de junho de 2013, as pessoas, antes de sair de casa, se perguntavam onde era a manifestação da vez. Políticos assistiam atônitos à movimentação nas ruas, que já se espalhara por todo o país. Ninguém conseguia entender o que estava havendo, muito menos aonde aquilo tudo chegaria. Alguns tentavam, sem sucesso, capitalizar a insatisfação da multidão. Os próprios líderes do Movimento Passe Livre, que haviam dado origem às manifestações, já não tinham qualquer controle sobre o que acontecia e pareciam perdidos frente às repercussões dos protestos. Essas manifestações seguiam alguns passos de protestos já conhecidos mundialmente, como a tomada de ruas importantes nas cidades e as caminhadas longas das multidões. No entanto, outros aspectos, em sua maioria, ligados à comunicação do protesto, chamaram atenção e ajudaram a entender aquele fenômeno.

## **Cartazes e os protestos líquidos**

Se as primeiras manifestações aconteceram por causa do aumento do preço das passagens de ônibus em São Paulo e, em seguida, foram ampliadas para o “direito de protestar”, já no dia 20 de junho, essa causa havia se expandido. Isso ficou claro num dos principais elementos que surgiram nessas manifestações: os cartazes dos manifestantes. Era como se cada um pudesse fazer seu protesto individual. Cada um com sua causa e todos unidos nas ruas brasileiras para mostrar insatisfação. Conforme apontamos em trabalho anterior,

*uma das características da mídia do protesto é que sua eficiência se fundamenta na comunicação durante a manifestação de forma rápida, que chama a atenção e cativa quem está perto e (...) cria cenas interessantes para a grande imprensa (Paiero, 2005, p. 37).*

Nesse sentido, afirmamos ainda

*que cartazes, faixas e pôsteres que informam rapidamente do que trata a manifestação são valiosos, tanto para os organizadores da manifestação, quanto para a grande mídia, que costuma escolher imagens em que frases fortes possibilitam a compreensão rápida do tema. (Paiero, 2005: 39)*

Além disso, cartazes são eficientes, pois podem ser produzidos rapidamente a partir de materiais baratos, fáceis de encontrar e de carregar. A partir da tendência que percebemos, de manifestações individualizadas, dentro de grandes protestos, essa ferramenta era a ideal. Alguns manifestantes preparavam seus cartazes antecipadamente. Outros, os confeccionavam em “oficinas de cartazes” improvisadas nos locais das manifestações.

Cartazes permitem, inclusive, a troca de demanda durante a manifestação. Um elemento antigo nas manifestações, mas que se aliou perfeitamente ao perfil do jovem do século XXI e à sua forma de construção da comunicação.

Nas manifestações brasileiras, encontramos um verdadeiro mar de cartazes e demandas diferentes que apontavam para características de um período que Bauman (2001) chama de “Modernidade Líquida”. Demandas individuais dos mais variados tipos, que chamam atenção para o indivíduo e suas necessidades. Ainda que parte dos cartazes trouxesse demandas coletivas, como mais saúde e melhor educação para todos, a decisão por levar aquela causa à manifestação era individual. Cada um decidia sobre o que protestaria. Além disso, cartazes com temas bem mais “egoístas” eram apresentados pelos manifestantes. Vimos, nas manifestações, cartazes com dizeres como “Quero um Iphone com o mesmo preço dos EUA”.

A quantidade de demandas expressas nos cartazes deixava clara essa liquidez que acabou se tornando característica das manifestações brasileiras. Essa presença das necessidades individuais vinculadas à capacidade de consumo e à publicitação da própria imagem na manifestação também deve ser destacada em nossas análises. Parte dos manifestantes apontava para o consumo, como nos exemplos citados, outra parte, apontava para sua própria presença na manifestação em cartazes com

frases como “Saí do sofá”, “Vou mudar o Brasil”, “Saímos do Facebook”, “Mãe, estou bem”.

Ou ainda para o desejo do imediatismo como em cartazes que perguntavam: “Deseja formatar o Brasil?”

A pulverização das demandas trouxe à tona uma série de vontades, necessidades e problemas reprimidos e, ao mesmo tempo, apontou para a falta de centralidade e de causa clara nas manifestações.

E isso teve consequências para o desfecho das manifestações. Se observarmos atentamente, perceberemos que o tradicional elemento “cartaz” foi um grande aliado de algo bastante recente, que também se encaixa perfeitamente nos “protestos líquidos” que presenciamos: as redes sociais.

## **O papel das redes sociais**

A presença na manifestação era imediatamente avisada e expandida pelas redes sociais. Além de dar ao manifestante a ideia de pertencimento, já que uma fotografia tirada na manifestação imediatamente se tornava pública e mostrava seu envolvimento com a causa, as redes sociais ainda expandiam o alcance das demandas individuais e da manifestação como um todo. As pessoas se convidavam e organizavam para as manifestações pelas redes, sobretudo o Facebook e o Twitter. Estar nas manifestações passou a ser praticamente obrigatório, um programa de fim de tarde, para boa parte dos jovens que tomaram as ruas.

Politização e busca por visibilidade se misturaram e se confundiram. Já não se sabia mais porque os jovens estavam nas ruas. Já não havia foco. A cidade continuava em convulsão, só não sabíamos mais o porquê.

## **#asmarcasdasmanifestações**

Uma importante forma de marcação e divulgação das manifestações foram as hashtags utilizadas nas redes sociais para propagar os eventos e dar visibilidade às ações dos manifestantes: duas delas, #vemprarua e #naovaitercopa, merecem destaque e serão aqui comentadas.

O “Vem pra Rua”, que apareceu também em diversos cartazes nas manifestações e em gritos de guerra entoados pelos manifestantes foi, provavelmente, a expressão mais utilizada durante os protestos. Ela aponta, ao nosso ver, para duas questões

importantes: primeiro, para o fato de que essa frase foi uma apropriação – e uma inversão simbólica – de um slogan, criado pela FIAT para a divulgação da marca durante a Copa das Confederações, que acontecia no período. Ou seja, os manifestantes se utilizaram de uma frase feita inicialmente para apoiar o país e festejar a competição esportiva para alimentar seus protestos, muitas vezes, contra os próprios eventos esportivos que aconteciam ou aconteceriam no ano seguinte no país. Depois, essa frase foi tão forte e tão importante, porque serviu para conclamar uma geração, conhecida por viver em “bolhas protegidas” de condomínios e shopping centers, a retomar o espaço público há tanto tempo abandonado nas grandes cidades brasileiras. Esse convite à saída do espaço de conforto, aliás, era reforçado por inúmeros cartazes nas manifestações que pediam: “sai do Facebook e #vempraruá”. Curiosamente, esses cartazes, posteriormente, eram popularizados na própria rede social apontada em seu texto.

Essa assumida retomada das ruas foi um dos pontos que mais causaram espanto na sociedade brasileira e, principalmente, nos gestores públicos e na própria polícia que, despreparados para aquela situação inusitada, pareciam e mostravam-se perdidos.

Já o #naovaitercopa foi utilizado como ameaça em meio a denúncias de superfaturamento e da falta de legado que a competição esportiva deixaria ao país. Essa ameaça – que não se concretizou, como todos sabemos – provocou medo no governo brasileiro, em suas mais variadas esferas, já que a Copa do Mundo de Futebol, que aconteceu em 2014, era uma grande aposta do país para mostrar uma imagem positiva do Brasil ao mundo e, conseqüentemente atrair turistas e negócios para o país. A Copa tinha, entre seus grandes objetivos, ser uma vitrine do Brasil e de suas coisas boas. O medo era de que a festa – cara e planejada por anos – fosse transformada em cenário para, ao contrário do pretendido, expor as mazelas do país aos olhos do mundo.

No entanto, para alívio do governo brasileiro, em junho de 2014, início da Copa do Mundo, os protestos já haviam se dissipado, poucas manifestações aconteceram, os brasileiros se colocaram na torcida para que desse tudo certo e, de forma geral, o evento transcorreu normalmente.

## Entre direita, esquerda e black blocs – as personagens dos protestos

**Direita e esquerda** – passadas as primeiras manifestações, onde parecia que, apesar das demandas diferentes, todos caminhavam em sentido parecido – a insatisfação com o cotidiano e a falta de estrutura nas grandes cidades brasileiras – começamos a observar uma tendência nas manifestações: boa parte dos manifestantes começou a se posicionar politicamente – e radicalmente. Cartazes como “Fora Dilma”, contra a presidente do país passaram a dividir espaço nas ruas com manifestações contra o PSDB, principal partido de oposição ao governo. Cartazes pela aprovação de leis contra a homofobia eram colocados lado a lado com cartazes que defendiam “o fortalecimento da família brasileira”. As manifestações passaram a se tornar palco de discussões acaloradas e de expulsões de manifestantes de partidos políticos, mesmo os que tradicionalmente participam de protestos. “Sem partido!” era um dos gritos entoados por parte da multidão. Alguns passaram a acreditar que a própria Democracia poderia estar em risco diante do que estava acontecendo nas ruas brasileiras. Esse verdadeiro racha dentro das manifestações – nesse momento, cada um parecia querer defender suas causas de forma cada vez mais agressiva – certamente favoreceu o enfraquecimento do movimento.

**Os black blocs** – Desde o início dos protestos contra o aumento no preço das passagens, o MPL contou, como já informamos, com o apoio dos black blocs. De forma simplificada, podemos explicar os black blocs como manifestantes anti-capitalismo que se organizam para promover ações de ataque direto à propriedade privada e, por vezes, pública, dentro de manifestações. Costumam usar roupas pretas e ter seus rostos cobertos enquanto atuam. Esse grupo continuou presente nas grandes manifestações que aconteceram pelo Brasil e foi responsável por cenas de depredações em praticamente todas elas. Mascarados, os jovens protagonizaram cenas de destruição de agências bancárias, pontos de ônibus e até de ataques a órgãos públicos. Esses mesmos atos que motivaram parte dos primeiros olhares negativos para os protestos no início de junho de 2013, acabaram sendo tomados como os principais pontos dos protestos em muitas coberturas jornalísticas a partir do final de junho. De fato, conforme pesquisa anterior (Paiero, 2005), detectamos que um dos elementos que pode romper a comunicação dos protestos é exatamente o ataque a patrimônio público. A tendência geral do público é se colocar contrário às manifestações onde isso acontece, independente da causa do protesto. Depredações costumam receber destaque na imprensa e fechar os canais de comunicação com o

público externo à manifestação, impedindo a criação de vínculos. A presença cada vez mais constante e agressiva dos black blocs, aliada à cobertura que a mídia fazia dessas ações também foi, ao nosso ver, uma das causas para o enfraquecimento e esvaziamento dos protestos.

## **Os 20 centavos e o vácuo do que unia as multidões**

Em 19 de junho, o prefeito da cidade de São Paulo, Fernando Haddad e o Governador do Estado, Geraldo Alckmin, foram a público anunciar que atenderiam à demanda original das manifestações: o fim do aumento do preço da passagem. As passagens de ônibus e metrô na cidade voltaram ao preço original. A mesma decisão foi tomada por outros prefeitos e governadores de outras cidades e outros Estados brasileiros. Foi uma tentativa de retomar a ordem que, aparentemente, deu certo.

O anúncio da redução nos preços das passagens em São Paulo e em outras cidades do país deu uma enorme sensação de vitória aos milhares de manifestantes que saíram às ruas do Brasil. Afinal, eles conseguiram o que tantas outras manifestações e tantos outros movimentos sociais nunca haviam obtido. E tudo isso sob os olhos do mundo. No entanto, a resposta à questão das passagens criou um vácuo, não nas muitas demandas dos que iam às ruas. Mas no ponto de união. As pessoas se manifestaram por uma infinidade de outras causas. Mas eram os 20 centavos que as uniam, havia uma causa que deu início a tudo. Ela já não existia mais. Ou melhor, existia como marca de vitória. Nas manifestações, grupos completamente diferentes dividiram o palco da exposição da insatisfação. Jovens, adultos, idosos, pobres, ricos, estudantes, empresários, desempregados... Como agrupá-los? Como priorizar? Como tirar do cartaz escrito com pressa e transformar em bandeira? Como convencer os que não empunhavam a bandeira escolhida a não abandonar as ruas e a esperar sua vez? Todos teriam vez? Como, se algumas das demandas se contrariavam? Neste momento, dezenas, centenas de grupos e pessoas, cada um com seus próprios interesses, passaram a organizar listas de prioridades e a tentar convencer o resto do país a apoiá-los. Pensando nisso, logo depois do anúncio da redução no preço das passagens, colocamos um questionamento na rede social Facebook, perguntando quais seriam as prioridades dos manifestantes a partir dali. A pergunta foi feita para jovens universitários na faixa dos 20 anos de idade. Ao todo, nos chegaram cerca de 50

respostas pela própria rede e por e-mail. Recebemos três listas de prioridades 5 minutos após publicada a pergunta. Dez minutos depois, eram oito listas. Algumas delas não vinham assinadas, ou seja, por algum motivo, os autores não quiseram se identificar. Algumas, pareciam vir de grupos já consolidados, com uma roupagem nova. Os resultados refletiram o clima já percebido no momento. Dentre as principais respostas dos que não enviaram listas, a maioria apontou um cenário de dúvidas e afirmou que observaria o desenrolar dos atos antes de voltar a se engajar. Alguns se diziam decepcionados com o andamento das últimas manifestações.

Além disso, a rápida observação das *timelines* nas redes sociais mostrou uma pilha de reivindicações variadas. Algumas apontavam para necessidades cotidianas, como transporte e segurança. Outras, pediam mudanças nos poderes, *impeachment* deste e daquele político, ou mudança em alguma lei. Outras insistiam que o foco deveria continuar sendo a questão dos transportes. E outros só perguntavam onde os amigos se reuniriam para a próxima manifestação.

Seria possível organizar essas demandas sem que apenas um ou dois grupos as capitalizassem? Aliás, haveria movimento capaz de capitalizá-las? Ao que parece, considerando-se o fim das manifestações, pouco tempo depois do anúncio da redução no preço das passagens, não. Não havia uma causa que pudesse unir a todos. A partir do final de junho, começaram a aparecer manifestações menores, com causas específicas, sem grande apelo às multidões. Nem mesmo o #naovaitercopa, que poderia ter sido a nova grande demanda, parece ter seduzido à maioria. Essa falta de foco, associada ao racha que aconteceu nas manifestações e à cobertura midiática privilegiando a visibilidade à ação dos black blocs, parece ter causado o fim do movimento. As ruas do Brasil voltaram à normalidade. As pessoas voltaram a reclamar de manifestações que prejudicavam o trânsito. Mas, no fundo, percebemos que nada mais foi como antes...

O fato é que a questão das passagens – e o caminho que essa discussão surpreendentemente tomou – mostrou a uma geração que vivia em casa, “curtindo” causas nas redes sociais, que as multidões nas ruas têm poder. Trouxe à tona uma série de questionamentos e críticas, fez pensar, tirou o sono de muita gente e mostrou para o mundo que o Brasil não é apenas futebol.

Agora, mais de dois anos depois do início das manifestações que mexeram com todo o Brasil e que transformaram o país em pauta no exterior, podemos dizer que, se houve um legado importante das manifestações de junho no Brasil, foi o aumento do interesse dos brasileiros e, sobretudo, dos jovens, por política. No entanto,

aquele “racha” ideológico que percebemos em julho de 2013 e que provavelmente foi um dos motivos para que as manifestações parassem, recebeu reforço extra. Nas eleições presidenciais, ocorridas em outubro de 2014 essa visão binária da sociedade apareceu com toda força, sobretudo nas redes sociais. Aguardemos os próximos episódios e desdobramentos de junho de 2013. O mês que, de alguma forma, mudou o Brasil.

## **BIBLIOGRAFIA**

Baitello, N.; Guimarães, L.; Menezes, J.; Paiero, D *et al.*(2006), Os símbolos vivem mais que os homens: ensaios de comunicação, cultura e mídia, São Paulo: Annablume

Bauman, Z. (2001), *Modernidade Líquida*, Rio de Janeiro: Zahar

Downing, J. (2002), *Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*, São Paulo: Senac.

Harvey, D.; Maricato, E. ; ŽIŽEK, S. et. al. (2013), *Cidades Rebeldes*, São Paulo: Boitempo Editorial.

Kamper, D (1996). *Re-signação em São Paulo*. São Paulo: Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia. Disponível em <http://cisc.org.br/portal/index.php/pt/biblioteca/viewdownload/3-kamper-dietmar/21-re-signacao-em-sao-paulo.html> . Acessado em 15/10/2014

Lorenz, K. (1992), *Os oito pecados mortais da civilização*. Lisboa: Litoral

Paiero, D. (2005), *O protesto como mídia, na mídia e para a mídia: A visibilidade da reivindicação*. Dissertação de Mestrado. PUC/SP. PROSS, H. (1997), *A sociedade do protesto*, São Paulo: Annablume.

\_\_\_\_\_. (1989), *La violencia de los símbolos sociales*, Barcelona: Anthropos.