

POR VINTE CENTAVOS E UMA PRESIDÊNCIA!  
AS REDES SOCIAIS E AS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO  
DE 2013 E O PROCESSO ELEITORAL EM 2014

---

*Gerson de Amorim Pinto\**

*Cristina Schmidt\*\**

*Luci Mendes de Melo Bonini\*\*\**

RESUMO

Este artigo trata de uma discussão de como as redes sociais têm se tornado um importante espaço de debate e de influência política. É uma mídia usada não só para reivindicações, mobilizações, mas também para expressar o sentimento de várias pessoas e grupos, em busca de soluções que beneficiem os povos de diversos países. Esta pesquisa baseia-se nos estudos contemporâneos de comunicação e de discurso, para uma análise da cultura contemporânea. Apresenta-se um fato ocorrido em 2013, o das manifestações populares contra o aumento da taxa do transporte público em São Paulo, em que se evidenciou a extensão da rede, além de seu papel no processo eleitoral de 2014. O objetivo é descrever como os usuários de redes sociais se manifestaram em junho de 2013 e nas eleições presidenciais de 2014. Para isso, são destacados vídeos e postagens veiculados na internet a respeito desses dois grandes momentos recentes e de importância para todos os brasileiros.

**Palavras-chave:** Redes Sociais; *YouTube*; Manifestações Populares; Política.

---

\* Mestrando em Políticas Públicas na Universidade de Mogi das Cruzes, MBA em Gestão de Negócios e Pós em Docência Universitária pela Universidade Nove de Julho. Atua como professor, nos cursos de Administração, Tecnologia em Gestão Financeira e Tecnologia em Gestão Pública da UNINOVE. Diretor da IC TI Solutions, empresa de consultoria em Tecnologia da Informação.

\*\* É doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, mestre em Comunicação e jornalista pela UMEESP-SP, pesquisadora e professora no Mestrado em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes, pesquisadora da Cátedra Unesco/UMESP, professora e coordenadora de curso na Faculdade Bertogã – Fabe. Brasil. E-mail: [cris\\_schmidt@uol.com.br](mailto:cris_schmidt@uol.com.br).

\*\*\*Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Líder do GRUPPU - Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas e professora do Mestrado em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes. Graduada em Letras (UBC) e especializada em Linguística Aplicada ao Ensino do Português (UMC). E-mail: [lucibonini@gmail.com](mailto:lucibonini@gmail.com)

## INTRODUÇÃO

As redes sociais têm sido muito utilizadas nas mobilizações sociais, e até para expressar o pensamento de várias pessoas que não teriam acesso a um meio de comunicação de massa, atingindo a milhares de pessoas como possibilita a internet.

A internet tem possibilitado o prosseguimento das relações humanas do mundo real para o mundo virtual, conforme aponta Ros-Martín (2009). Para ele, os indivíduos têm adquirido a capacidade de organizar ações com os demais integrantes nessas redes.

Em nosso estudo estaremos focando no *YouTube*, pois é relevante analisar o quanto essa rede social de comunicação pôde influenciar as pessoas, principalmente os jovens, nos protestos acontecidos no Brasil em junho de 2013, nos quais as redes sociais tiveram participação decisiva no chamamento e agendamento desses grandes encontros de reivindicação popular. Além disso, procurar entender como essas manifestações repercutiram nas eleições de 2014.

Para a confecção desta pesquisa, foi usado o método exploratório, de abordagem qualitativa, com revisões bibliográficas, além da seleção de informações veiculadas na mídia a respeito do assunto e comentários de vídeos no site do *YouTube*.

A metodologia deste trabalho é exploratória, porque a partir de revisões bibliográficas sobre participação popular e políticas sociais, são observadas as manifestações de junho de 2013 e o momento das eleições de 2014.

## O YOUTUBE

Fundado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do site de comércio on-line PayPal, o site *YouTube* foi lançado oficialmente sem muito alarde em junho de 2005. A inovação original era de ordem tecnológica (mas não exclusiva): o sistema era um entre os vários serviços concorrentes que tentavam eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet (BURGESS e GREEN, 2009).

Possivelmente interessado em expandir o mercado de publicidade de vídeos através de seu AdSense e também em se consolidar como um dos maiores serviços de internet do mundo, foi anunciada em 9 de outubro de 2006 a compra do *YouTube* pelo Google, pela quantia de 1,65 bilhão de dólares em ações. O resultado dessa aquisição fez que o Google encerrasse as atividades do Google Vídeo (BURGESS e GREEN, 2009).

De acordo com o site *IdeiaClara.com*, a utilização do vídeo como ferramenta de marketing em televisão sempre foi inquestionável, porém essa estratégia tem se tornado uma alternativa ainda mais eficaz no meio digital.

Para se ter uma ideia, alguns canais de vídeo já contam com mais de quatro bilhões de acessos diários, o que os coloca em uma posição de prestígio entre o público.

A total mudança de comportamento no perfil do público e seu relacionamento mais intenso com conteúdos audiovisuais é fato. Conforme afirma Robert Kyncl, vice-presidente de conteúdo do *YouTube*, a previsão é que os usuários de vídeo on-line irão dobrar até 2016, chegando a um total aproximado de 1,5 bilhão de usuários em todo o mundo. Segundo a ReelSEO.com, uma empresa norte-americana com site on-line de guia de vídeo – considerado como principal recurso no mundo de notícias, análises, dicas e tendências para o vídeo e internet marketing on-line para indústrias. Em seu levantamento, 100 milhões de pessoas tomam uma ação social no YouTube (gostos, ações, comentários etc.) a cada semana.

### O YOUTUBE E A POLÍTICA

Vários países vêm utilizando as redes sociais e canais de vídeos do *YouTube* para se manifestarem politicamente e provocarem a participação da população das mais diversas causas políticas.

Como exemplo, temos os protestos em países árabes, que ficaram conhecidos como Primavera Árabe, que utilizaram um modelo de organização que conseguiu furar o bloqueio da mídia oficial, segundo Castells(2013), as vozes do povo ficaram livres e se espalharam pela internet.

Aqui no Brasil tivemos as manifestações de junho de 2013, que levaram milhões de brasileiros às ruas, devido ao movimento intenso de chamamento das redes sociais.

De acordo com Castells(2013), a mudança social envolve uma ação individual e/ou coletiva, que é, em sua essência, emocionalmente motivada. O indivíduo supera os seus medos, por meio do sentimento da raiva que o leva ao comportamento de assumir riscos. Esta característica é desenvolvida nesses eventos, pelas redes sociais.

Segundo Fernandes e Roseno(2013), as redes sociais desempenharam um papel nos movimentos contra a ditadura nos países árabes. A propagação do movimento conhecido como Primavera Árabe, que começou em 2010, na Tunísia, para todo o Norte da África e Oriente Médio, não teria sido a mesma sem os recursos proporcionados pela internet.

Conforme Castells(2013), em dezembro de 2010 um jovem tunisiano, Mohamed Bouazizi, ateou fogo ao próprio corpo como forma de manifestação contra as condições de vida no país em que morava, esse ato foi muito divulgado pela internet.

As manifestações resultaram na derrubada de três chefes de Estado: o presidente da Tunísia, Zine El Abidine Ben Ali, que fugiu para a Arábia Saudita, na sequência dos protestos da Revolução de Jasmim; no Egito, o presidente Hosni Mubarak, que renunciou em 11 de fevereiro de 2011, após 18 dias de protestos em massa, terminando o seu mandato de 30 anos; e, na Líbia, o presidente Muammar al-Gaddafi, morto em tiroteio após ser capturado no dia 20 de outubro e torturado por rebeldes, arrastado por uma carreta em público, morrendo com um tiro na cabeça (FERNANDES e ROSENO, 2013).

Segundo Gomes, Fernandes, Reis e Silva (2013), nos Estados Unidos o uso das Redes Sociais, com destaque ao *YouTube*, revolucionaram a eleição presidencial daquele país, Michael Cornfield, cientista político norte-americano e diretor de pesquisa do Projeto Democracia On-line, da Universidade George Washington, declarou o seguinte:

Sem Internet não haveria Obama. A diferença de compreensão, entre as campanhas de Obama e Clinton, sobre o que se pode realizar por da política on-line tem sido um fator decisivo nessa que é a maior reviravolta na história das primárias presidenciais. Há, naturalmente, outras diferenças importantes: a estratégia empregada no “cáucus”, o glamour, a oratória, os discursos enfocando diretamente o preconceito. Mas nenhuma delas teria sido decisiva sem o dinheiro que Obama arrecadou on-line, os vídeos que Obama postou on-line e, acima de tudo, os milhões de pessoas que aderiram on-line à campanha de Obama, em seus tempos e termos próprios (CORNFIELD, 2008).

### *AS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013*

As manifestações se iniciaram em São Paulo, na ocasião das reivindicações para a diminuição da tarifa de transporte, mas se generalizaram para questões sociais mais abrangentes como moradia, saúde, segurança e até contra a corrupção.

Em 6 de junho, 150 manifestantes do Movimento Passe Livre e mais alguns, ligados a partidos de esquerda, protestaram na calçada em frente à prefeitura, na cidade de São Paulo, contra o aumento das passagens dos transportes públicos e a favor do passe livre (FERNANDES e ROSENO, 2013).

Nesse dia a polícia usou bombas de gás lacrimogêneo para dispersar os manifestantes, que não se acuraram e nos demais dias utilizaram a tática de fechamento de avenidas de grande circulação.

Segundo os autores Fernandes e Roseno(2013), a imprensa começou a cobrir essas manifestações e os convites, via redes sociais, passaram a aumen-

tar, e o movimento ganhou em organização. Logo outras cidades aderiram ao protesto, uma das primeiras foi o Rio de Janeiro, que no dia 10 de junho de 2013 juntou 300 manifestantes em frente à Câmara Municipal do Rio de Janeiro, na Cinelândia. Tudo isso sendo divulgado com vídeos de filmes gravados desses acontecimentos.

Em 20 de junho de 2013, os protestos conseguiram chegar ao seu ápice, com 120 cidades brasileiras manifestando-se com cerca de 1,5 milhão de pessoas que saíram às ruas, com dezenas de reivindicações escritas em faixas e cartazes.

### VÍDEOS DE MANIFESTAÇÕES EM JUNHO DE 2013

Diversos vídeos estão disponíveis, com milhares de visualizações, com chamadas para os protestos e também com gravação dos dias em que os mesmos aconteceram. Várias personalidades se pronunciaram com mais de 1(um) milhão de visualizações, como Pelé, Romário, Rafinha Bastos, entre outros. Sendo que o vídeo de PC Siqueira, teve mais de dois milhões de visualizações, e ele faz críticas à Rede Globo e às grandes revistas e mídia em geral, por quererem manipular a população.

O “Discurso Político” de Felipe Neto é um vídeo que foi visto por mais de 4.490.496 de internautas desde junho de 2013. Conforme o seu perfil postado no *Youtube*, Felipe Neto Rodrigues Vieira, mais conhecido como Felipe Neto (Rio de Janeiro, 21 de janeiro de 1988) é um empresário, *vlogger*, ator, comediante, e escritor brasileiro. Famoso por ter criado o primeiro canal da história do *YouTube* brasileiro a atingir uma audiência notável e chegar a um milhão de assinantes, é também o fundador e atual CEO (*ChiefExecutive Officer*) da Paramaker, que é dona de canais como Parafernália, TGS (*The Game Station*) Brasil, Canal Top e ajuda a profissionalizar o mercado, gerenciando mais de três mil canais, entre eles 5incoMinutos (KéferaBuchman), Desce a Letra (Cauê Moura), Marcos Castro e Mundo Canibal.

Nesse vídeo o autor fala a respeito da necessidade de mudanças no país, e destaca que as manifestações populares, principalmente dos jovens, não foram feitas apenas pelos 20 centavos da condução, mas sim contra a corrupção.

Pergunta-se: onde são usados os 720 bilhões de reais de impostos arrecadados até aquela data, só em 2013? Pois o que se vê são uma saúde, transportes e educação precárias. Criticam-se os gastos em estádios, o gasto de viagem de Dilma para o Vaticano. Fala-se do mau uso do dinheiro público e corrupção por meio de empreiteiras, também criticam o uso da polícia militar na violência para acabar com os protestos.

Destaca-se o medo dos políticos de que o mundo descubra como vivem os brasileiros, e que, na realidade, por meio da copa do mundo, isso será visto no mundo todo. Usam alguns palavrões para falar mal dos políticos.

Vários vídeos de chamamento para as manifestações aconteceram em todo Brasil. O Vídeo “Chamada para manifestação em Praia Grande” #OGiganteAcordou, postado em 16/06/2013, por Anon PG, grupo conhecido como anonymous, que se apresenta como representantes do povo, que clama por justiça e liberdade, teve 17.353 visualizações desde junho de 2013.

No vídeo, uma pessoa com máscara do personagem principal do filme V de Vingança, convidava a população de toda a baixada santista para uma manifestação no dia 22/6/2013. Ele destaca durante o seu discurso em vídeo alguns problemas, como: transporte público caro e má qualidade, o mau atendimento dos hospitais e saúde precária, falta de segurança, principalmente nos finais de semana, quando os roubos aumentam, entre outros.

Em outro vídeo do grupo, “Anonymous e as mentiras do discurso da Dilma Rousseff”, que teve 2.746.967 visualizações, eles atacam os discursos da presidente Dilma, como sendo um monte de mentiras em relação à falta de apoio político, quando ela diz que não tolera corrupção, o seu projeto de mobilidade urbana, sobre ela dizer que não tem dinheiro público nas obras da copa do mundo de futebol realizada no Brasil e acerca da ampliação de investimentos na saúde pública por parte do governo. Assim como vídeos postados por várias pessoas de todo o Brasil, que mostraram as manifestações ao vivo pelo *YouTube*.

Um dos vídeos mais marcantes dessas manifestações foi “PM senta no chão em respeito à manifestação (PROTESTO-SÃO PAULO-17/06/2013)”, postado em 18/06/2013 por Cauê Danton, que teve 686.225 visualizações.

Na íntegra o comentário de Cauê:

Galera, de todos os vídeos que gravei durante os ATOS, esse é por enquanto o que mais me marcou. É um prazer imenso poder compartilhar com todos vocês esse flagra que muita gente não teve oportunidade de ver. Nesse momento, a manifestação estava passando pela Berrini quando todos decidiram parar e sentar no chão. Sem que ninguém pedisse, os únicos seis oficiais que participaram da manifestação do dia 17/6 decidiram se abaixar também.

## *A ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2014*

A eleição presidencial de 2014 caracterizou-se como uma das mais disputadas, com vários acontecimentos marcantes, como a morte de um dos candidatos em acidente aéreo, Eduardo Campos, que concorria pelo PSB, Partido Socialista Brasileiro. Assumindo então a candidata sua vice, Marina Silva.

A campanha se desenvolveu com ataques pessoais, como o relatado pela revista *Exame* em seu site, após o resultado do primeiro turno, no dia 5/10/2014. “Em uma eleição com tantas reviravoltas fica difícil destacar o que será mais determinante para o resultado final. No entanto, não há como não dizer que um trunfo da campanha da presidente Dilma Rousseff foi a enxurrada de ataques contra Marina Silva.”

As redes sociais foram muito utilizadas pelos candidatos e por simpatizantes dos dois candidatos que disputaram o segundo turno dessa eleição, Aécio Neves e Dilma Rousseff. Uma grande curiosidade foi a exclusão de amigos na rede social *Facebook*, da parte de internautas mais exaltados, por conta da postagem de algo que fosse postado contra o seu candidato.

Até revistas como a *Época*, preocuparam-se com esse fenômeno, em uma matéria publicada no dia 27/10/2014 em seu site, com o título “Como recuperar amigos com quem você brigou por causa de política”, ensinava como se comportar diante do assunto, como neste trecho da matéria: “Nas redes sociais, muitos usuários querem chamar a atenção. Mesmo quem não é radical fora do computador, às vezes se comporta de forma diferente na frente do teclado”, diz o psicólogo Pedro Del Picchia, mestre em Comunicação com dissertação sobre redes sociais. A revista ainda complementa, “Se quiser retomar a conversa também por meio da internet, faça isso primeiro de forma privada, por mensagem particular ou e-mail”.

Após a eleição, que teve em seu resultado a vitória de Dilma Rosseuff do PT, por uma margem de 3% dos votos sobre o candidato Aécio Neves do PSDB, gerou polêmica nas redes sociais mediadas por computador, por causa da grande quantidade de votos da candidata petista no norte-nordeste. Os simpatizantes do candidato do PSDB e moradores em São Paulo começaram a postar mensagens preconceituosas contra a população desses dois Estados.

O *Jornal O Povo*, de Fortaleza, publicou no dia 27/10/2014 em seu site a seguinte manchete: “Após vitória de Dilma, mensagens preconceituosas são direcionadas aos nordestinos” e complementou assim, como no primeiro turno, eleitores do sul e sudeste atacaram os nordestinos. Eleitores da região rebateram críticas com dados percentuais de votos.

Nesse mesmo dia a OAB, Ordem dos Advogados do Brasil, publicou em seu site um repúdio, com o seguinte título: “OAB repudia discriminação a nordestinos e nortistas”. Onde o presidente nacional da Ordem, Marcus Vinicius Furtado Coelho, se pronunciou: “O Brasil é uma nação plural, tolerante e respeitosa. Essas manifestações preconceituosas contra nordestinos e nortistas advêm de uma minoria e merecem ser repudiadas pela sociedade brasileira”.

## VÍDEOS DA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2014

A eleição presidencial de 2014 teve inúmeros vídeos postados no *YouTube*, tanto por candidatos e seus partidos, como também por parte de simpatizantes de candidatos. Vídeos com críticas, denúncias, discursos, comédias e até poesias. Todos querendo participar, de alguma forma, de um evento tão importante para o país. É a chamada cultura participativa do *YouTube*.

De acordo com Burgess e Green (2009), cultura participativa é o termo geralmente usado para descrever a aparente ligação entre tecnologias digitais mais acessíveis, conteúdo gerado por usuários e algum tipo de alteração nas relações de poder entre os segmentos de mercado de mídia e seus consumidores.

Na campanha dos presidentes houve ataques de todas as formas, como este de um grupo chamado Face Política, simpatizante ao candidato Aécio Neves com o título de “Aécio Neves destruindo Dilma e o PT – Debate presidencial 2014”, que teve 602.589 visualizações. Simpatizantes de Dilma também postaram vídeos contra o candidato Aécio, como este de Henrique Carvalho, publicado em 14/3/2014. “Aécio Neves é flagrado bêbado e com a carteira de motorista vencida”... que teve 524.801 visualizações e foi citado em um debate na TV.

A comédia também fez parte dos vídeos postados sobre a eleição presidencial, e o grupo Galo Frito criou um vídeo muito engraçado, visto por quase cinco milhões de internautas, com o título de DILMA vs AÉCIO 🎵.

A discriminação e o preconceito também se fizeram presentes, logo após as eleições várias pessoas demonstraram o seu preconceito e a revista *Fórum* publicou em seu site a seguinte matéria: “Nação Nordestina responde aos preconceituosos de São Paulo com poesia”, escrita por Maria Frô. Destacamos este trecho: “Após mais uma demonstração de preconceitos contra os nordestinos nas redes sociais, Bráulio resolveu responder poeticamente aos ignorantes sudestinos e também àqueles que mesmo nascendo no Nordeste, fazendo parte da elite, deixam o preconceito de classe falar mais alto e praticam o auto preconceito, associando-se ao discurso repleto de ignorância dos seres idiotizados que acham que o fato de nascerem em São Paulo os torna melhores que os que nascem em qualquer Estado do Nordeste. São Paulo, a maior cidade de nordestinos fora do Nordeste, tem vários desses seres, eleitores de Alckmin, Serra, Aécio e de outras tralhas tucanas”.

Ela se refere ao vídeo “Imagine o Brasil ser dividido e o Nordeste ficar independente”, postado no *YouTube*, por Bráulio Bessa Uchoa, um cearense de Alto Santo, no Vale do Jaguaribe, tem 28 anos de idade e é *webdesigner*. Esse vídeo teve 689.121 visualizações.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar os vídeos do *YouTube*, foi possível verificar-se a extensão dessa ferramenta e seu poder de persuasão para provocar sentimentos diversos. Tomando como base essas ocorrências, pode-se afirmar que as redes sociais no ambiente virtual têm poder de mobilizar as pessoas e se evidencia a força da internet para divulgar informações pelo mundo, no momento em que elas acontecem.

As redes sociais na internet transformaram-se em grandes ferramentas de reivindicação, de manifestos, e até de combate à tirania de alguns governos, de combate à corrupção, enfim, uma forma de se expressar o sentimento de pessoas e grupos que não tinham voz, neste mundo globalizado.

O exemplo da Primavera Árabe, com a organização de manifestações, através do *YouTube* e as redes sociais, para a derrubada de governos, demonstrou ao mundo a força da internet. E aqui no Brasil, o movimento do Passe Livre em junho de 2013 que, por meio das redes sociais, estendeu-se com vídeos de chamamento para as passeatas, expôs a violência policial contra os manifestantes e discursos inflados com denúncias e críticas ao governo e insatisfações de toda ordem política.

Já nas eleições presidenciais, o que constatamos via redes sociais na internet foi a manifestação de campanhas políticas de simpatizantes ligados a diferentes candidatos, atacando uns aos outros, com denúncias sem comprovações e, do lado pessoal, excluindo amigos das redes particulares por causa dessas polêmicas. Foram divulgados vídeos retirados de parte dos debates acontecidos nas principais TVs do país, em que um candidato se destacava mais que o outro, além de vídeos de denúncias com a intenção de macular a campanha do candidato adversário, e até mesmo vídeos cômicos sobre essa disputa.

Ao final, verifica-se, por meio desta pesquisa, que os ativistas e participantes dessas redes digitais trouxeram uma série de questões para o cenário virtual que pouco contribuíram para a formação política e ampliação da participação democrática nas atividades políticas concretas. Ficou evidente que ainda não utilizam esse meio para o exercício pleno da cidadania, pois ficou explícito o desconhecimento sobre os desdobramentos e compromissos políticos para uma atuação transformadora em uma sociedade democrática. Além do que, foram revelados muitos valores ainda equivocados e preconceituosos cristalizados na sociedade brasileira a respeito da discriminação e do racismo, que se fizeram presentes após os resultados das eleições, com inúmeras postagens e vídeos de conteúdos.

## REFERÊNCIAS

- BUGESS, Jean; GREEN, Joshua. **Youtube e a revolução digital**. São Paulo: Aleph, 2009.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- FERNANDES, Edson; ROSENO, Ricardo de Freitas. **Protesta Brasil: Das Redes Sociais às Manifestações de Rua**. São Paulo: Prata, 2013.
- GOMES, Wilson; FERNANDES, Breno; REIS, Lucas; SILVA, Tarcízio. **Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil**. Artigo: “Politics 2.0: a campanha on-line de Barack Obama em 2008”. Salvador: Edufba, 2013.
- ROS-MARTÍN, MARCOS. “Evolución de losservicios de redes sociales en internet.” *El profesional de la información*, 2009, septiembre-octubre, v. 18, n. 5, p. 552-557.
- YouTube Statistics 2012: A Year Later – More Jawdropping Growth. Disponível em <<http://www.reelseo.com/youtube-statistics-growth-2012/>>. Acesso em 13/11/2014.
- Ataques a Marina Silva. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/ataques-a-marina-silva-foram-o-trunfo-de-dilma-na-campanha>>. Acesso em 13/11/2014.
- “Como recuperar amigos com quem você brigou por causa de política.” Disponível em <<http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/noticia/2014/10/como-brecuperar-amigosb-com-quem-voce-brigou-por-causa-de-politica.html>>. Acesso em 13/11/2014.
- Após vitória de Dilma, mensagens preconceituosas são direcionadas aos nordestinos. Disponível em <<http://www.opovo.com.br/app/fortaleza/2014/10/27/noticiafortaleza,3338122/mensagens-preconceituosas-sao-direcionadas-aos-nordestinos.shtml>>. Acesso em 13/11/2014.
- OAB repudia discriminação a nordestinos e nortistas. Disponível em <<http://www.oab.org.br/noticia/27736/oab-repudia-discriminacao-a-nordestinos-e-nortistas>>. Acesso em 13/11/2014.
- A importância dos recursos audiovisuais para sua marca. Disponível em <<http://idei.clara.com/importancia-dos-recursos-audiovisuais-para-sua-marca/>>. Acesso em 13/11/2014.

## Vídeos

- Globo e os protestos. Disponível em <<http://youtu.be/UiVDtWb7K48>>. Acesso em 13/11/2014.
- MUDA BRASIL – FAZ SENTIDO. Disponível em <<http://youtu.be/v9rgOwH99nc>>. Acesso em 13/11/2014.
- Anonymous e as mentiras do discurso da Dilma Rousseff. Disponível em <<http://youtu.be/gAuq7FTFSr8>>. Acesso em 13/11/2014.
- CHAMADA PARA MANIFESTAÇÃO EM PRAIA GRANDE. #OGiganteAcordou Disponível em <<http://youtu.be/Alz2xiuxXaw>>. Acesso em 13/11/2014.
- DILMA vs AÉCIO 🎵. Disponível em <<http://youtu.be/9DCchbltvdw>>. Acesso em 13/11/2014.
- Aécio Neves DESTRUINDO Dilma e o PT – Debate presidencial 2014. Disponível em <<http://youtu.be/PbcfrpoLzOw>>. Acesso em 13/11/2014.
- AÉCIO NEVES É FLAGRADO BÉBADO E COM A CARTEIRA DE MOTORISTA VENCIDA... Disponível em <<http://youtu.be/4VZwLHDioS8>>. Acesso em 13/11/2014.
- Imagine o Brasil ser dividido e o Nordeste ficar independente. Disponível em <<http://youtu.be/0rBCKrgO3vg>>. Acesso em 13/11/2014.