

## **Título: Públicos e Redes em Contextos de Mobilização Social**

Frederico da Cruz Vieira de Souza, Mestrando do Programa de Pós-Graduação do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, da Universidade Federal de Minas Gerais

**Resumo:** O artigo aborda as correlações entre as interações de públicos em rede com os movimentos de caráter mobilizador, privilegiando a análise do campo de ação da Comunicação, a partir da formação e articulação de relacionamentos entre sujeitos. Procura apontar caminhos de investigação do processo de coletivização de causas de interesse público no espaço virtual, com destaque para conceitos vinculados à Mobilização Social. Em particular, toma como exemplo o Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral, por meio da comunidade “Campanha Ficha Limpa”, presente no *Facebook*; considerando a experiência vivida pelos integrantes dessa comunidade como um dos referenciais para reflexão sobre o tema.

**Palavras-Chave:** Públicos; Redes; Coletivização; Mobilização

### **APRESENTAÇÃO**

Cada vez mais o espaço virtual tem se tornado um fórum privilegiado para a troca argumentativa dos públicos, seja pela expansão do acesso às Tecnologias da Informação e Comunicação, seja pelo protagonismo de ativistas da internet que lideram redes voltadas para temas de interesse público. Colaborando no surgimento de agrupamentos e coletivos que compartilham informações, opiniões e ações comunicativas, as comunidades virtuais são parte do exercício da cidadania e da participação democrática.

Por outro lado, sabe-se que o problema da corrupção é constante na história política brasileira. A cada dia, seja nos veículos de massa, ou nas comunicações dirigidas, ganham visibilidade pública escândalos, crimes e situações exemplares do abuso de autoridade e poder. A mudança deste cenário é almejada por grande parte da sociedade civil que, frente às ações do poder

público, exercem papel de cobrança por medidas efetivas que não apenas punam atos ilegais, mas também cerceiem a sobreposição do interesse público pelos interesses privados.

Nesse contexto, o Projeto de Lei “Ficha Limpa” é uma experiência ímpar. Originado por iniciativa popular, foi subscrito por 1,3 milhão de eleitores, número que subiu para 1,7 milhão no momento em que estava sendo aprovado pela Câmara dos Deputados, aos quais se agregaram dois milhões de assinaturas *on-line*. Dele resultou a Lei Complementar 135<sup>1</sup>, de 4 de junho de 2010, que altera a Lei Complementar n° 64, de 18 de maio de 1990.

Existem inúmeras comunidades virtuais nomeadas como “Ficha Limpa já, eu apoio!!” ou “Ficha Limpa neles”. Destacam-se também organizações como o MCCE – Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral e a Organização Não-Governamental Transparência Brasil, centralidades de produção de conteúdo e de ações mobilizadoras que ganharam a cena nacional, não exatamente pelos tradicionais meios de comunicação de massa, mas principalmente pelas mensagens dirigidas aos públicos internautas. A causa do movimento nas redes sociais está clara: o combate à corrupção.

O *estudo* da Comunicação nesses contextos é valoroso pela própria natureza transversal da área e sua capacidade de se desdobrar sobre os múltiplos públicos envolvidos pelas questões sociais. Longe de um universo harmônico, onde a convergência de interesses predomina rumo ao consenso, a realidade da mobilização em defesa de causas de interesse público pressupõe a mudança de algo sobre o que os sujeitos ou discordam, ou desejam transformar. E tal mudança envolve uma série de variáveis típicas de contextos sociais complexos; uma imbricada tessitura de sujeitos e públicos cujos propósitos coadunam, se deslocam, se estabilizam ou desencadeiam “pequenas” revoluções. “A alta complexidade social comporta liberdades e criatividade, mas se mantém na temperatura da sua destruição, necessitando, para subsistir, de poderosas forças de regeneração.” (MORIN, 2005)

Já o *papel* que a Comunicação assume nesses cenários é capital, a saber: nela e por meio dela se dão o exercício da linguagem, as práticas de negociação de sentidos entre públicos, o compartilhamento de valores e visões, a construção das relações intersubjetivas e dos discursos transacionados entre os atores que tomam parte na questão ou causa pública; e, finalmente, a conformação de redes sociais cuja capilaridade catalisam a atuação coletiva, direcionada a um objetivo comum. A Comunicação é, por excelência, o campo interacional da realização de tais

---

<sup>1</sup> Trata de casos de inelegibilidade, prazos de cessação e determina outras providências, para incluir hipóteses de inelegibilidade que visam a proteger a probidade administrativa e a moralidade no exercício do mandato. A Lei prevê que a condenação em segunda instância por decisão colegiada, sem a necessidade do trânsito em julgado, torna inelegível pelo período de oito anos o candidato condenado.

possibilidades humanas, inclusive enquanto “força de regeneração”; por meio dela e nela são forjadas as identidades dos sujeitos em ação.

## COLETIVIZAÇÃO NAS INTERAÇÕES ENTRE PÚBLICOS

Partindo dessa visão, em nossos estudos entendemos que a Comunicação possui papel fundamental aos processos de Mobilização Social, especialmente no enfrentamento e debate de questões sociais de interesse público, onde os direitos dos cidadãos, sejam civis, políticos ou sociais, são referenciados por valores próprios da democracia. Nesse sentido, os movimentos sociais se pautam por ideais e causas cuja abrangência converge ao espaço público por meio de discursos e práticas onde as ações comunicativas dos sujeitos perseguem a justiça social e garantia desses direitos.

No âmbito das ações coletivas, há três componentes essenciais, nomeados por Gamson (1992) como *colletives action frames*, quais sejam: *injustice*, *agency* e *identity*. Atuam como impulsores de ação dos públicos no processo de coletivização.

*Injustice* se refere à criação de uma consciência política dos sujeitos envolvidos pelo movimento mobilizador, motivada por uma indignação moral, não apenas pautada pelo entendimento racional do que seja justo, mas também pela *hot cognition*<sup>2</sup>, que abarca a emoção resultante de experiências de opressão e de sofrimento. Já o *agency component* manifesta-se no empoderamento dos públicos rumo à mudança de sua realidade, perante suas próprias histórias. Muito mais que fazer algo a partir de atitude individual, é possível que *nós façamos juntos*. Finalmente, *identity* reside na conscientização de que os públicos, ao partilharem uma experiência de um *nós*, delineiam um alvo comum – fome, pobreza, epidemia – a ser enfrentado coletivamente.

Quando tomamos o estudo do combate à corrupção (por si complexa) como uma causa de interesse público, o tríplice aspecto defendido por Gamson se torna evidente: em ação comunicativa, encontraremos os públicos envolvidos pelo combate, motivados por um senso de justiça, desejosos pela representação digna de seus interesses segundo um coletivo (*nós*), partilhando valores essencialmente democráticos.

Já Henriques (2010) aponta como principais condições de coletivização para a formação e manutenção de um grupo mobilizado os seguintes aspectos: (1) *concretude*: os públicos reconhecem

---

<sup>2</sup> *Hot cognition*: termo utilizado pelos cognitivistas para designar processos de aprendizagem que se baseiam em aspectos emocionais, como o desejo, os sentimentos, as emoções e impulsos, sem privilegiar a crítica racional excessiva.

afetação direta em suas vidas por problemática que, concreta, pode ser claramente identificada no cotidiano; (2) *caráter público*: onde reside a pedra angular da coletivização, já que os sujeitos compreendem a questão como não particularizada, mas por sua convergência sobre muitos; observam que o problema de um é, na verdade, problema de todos; (3) *viabilidade*: por meio desta condição os públicos compreendem que há possibilidade de mudança da situação para melhor, apesar das dificuldades ou do tempo que se exija; (4) *sentido amplo*: há o debate de visões e discursos múltiplos a respeito do problema em comum, constituindo um exercício democrático que aponta para valores mais amplos e para o compartilhamento de um imaginário que “se torna fundamental para convocar outros sujeitos a participar da mobilização e manter a motivação dos grupos em torno da causa”.

A partir disso, se pode entender porque uma das premissas dos processos de mobilização é a articulação dos públicos em rede para realização de ações coletivas em torno de uma causa comum. Referenciamo-nos no seguinte conceito para o termo **rede**:

Redes são uma forma de organização que implica um conteúdo de natureza emancipatória e não outro. Redes são a tradução, na forma de desenho organizacional, de uma política de emancipação. Não pode haver distinção entre os fins dessa política e os meios de empreendê-la. (MARTINHO, 1993).

Assim, as redes constituídas por movimentos sociais de caráter mobilizador visam, em grande medida, buscar a emancipação de comunidades; perseguem a mobilização de indivíduos e públicos em torno de uma causa, de um imaginário coletivo, um esforço pela realização de ações que tragam benefícios diretos aos agrupamentos sociais deste ou daquele espaço.

Segundo TORO e WERNECK (2004), “mobilizar é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados”.

Embora não cite o termo *sujeito*, este conceito subentende a capacidade de conexão do indivíduo com um chamamento externo a ele, mas que o afeta. A convocação de vontades passa por uma via comunicativa que estabelece relação do mundo individual com o coletivo, e que exigirá uma articulação entre a vontade e o propósito comum. Donde se pode concluir que a coletivização de uma causa depende da comunicação desta para seus públicos e que *tornar coletivo* é uma dimensão inerente a qualquer processo mobilizador.

Em que pese a mobilização em grande medida conceda “ao como fazer comunicativo” – às práticas estratégicas e táticas do processo de comunicação – um lugar de destaque, antecede a isto o

processo do compartilhamento entre sujeitos. Nos movimentos sociais de caráter mobilizador há uma causa a ser coletivizada e a necessidade de se estabelecer um projeto de realidade compartilhado entre sujeitos. Tal partilha, em nosso entendimento, transcende às dimensões do discurso, das visões e informações. Ela também se impõe na presença humana, estabelece-se sobre o existir, na vivência do cotidiano em sua totalidade.

A Comunicação, portanto, contribui diretamente para a convocação das vontades e para o compartilhamento de sentidos e interpretações. Além disso, ela permite “dinamizar a mobilização e potencializar os movimentos para que não se tornem simples sequências de ações e reações desarticuladas de pouca representatividade” (CASTELLS, 1999).

Sendo a Comunicação para Mobilização Social uma prática que procura gerar nos próprios geradores dos movimentos sociais a capacidade de inserir suas mensagens nos contextos globais de informação, conseqüentemente são criados – e fortalecidos – vínculos entre aqueles e os projetos, movimentos, organizações.

A comunicação para mobilização, tendo este caráter dialógico, é também libertadora, já que não tenta invadir ou manipular o outro, reduzindo-o a mero objeto ou recipiente, mas tenta com o outro, problematizar um conhecimento sobre uma realidade, explicá-la e transformá-la. (HENRIQUES et al., 2002).

Para que isso ocorra, pode-se utilizar estratégias de comunicação que permitam a livre participação, apontando para mudança de valores e comportamentos. Ainda Henriques et al. (2002) destacam a manutenção da motivação e o interesse dos envolvidos no movimento social no sentido de gerar e preservar vínculos desses com a causa do projeto.

Elemento fundamental ao processo comunicativo, o compartilhamento, no campo da mobilização social solicita o atributo criatividade; os sujeitos mobilizados, munidos de suas vontades, são como sujeitos investigadores da realidade que buscam transformar. São “móveis”, mutantes; devem romper com a reprodução de modelos “imóveis” e passar a transformar a realidade que os afeta.

Como se vê em Gamson (1992), a vontade de atuar junto, mobiliza não apenas a razão, mas sentimentos, sensações, a corporeidade dos sujeitos, aspectos indissociáveis do movimento comunicativo. A ação mobilizadora pode direcionar-se pelo sentimento coletivo de solidariedade, mas também “pela hipótese da existência de uma consciência moral (e não moralista) que apreende o outro como ‘um-outro-eu-mesmo’”. (FRANCO, 1995)

Neste ponto, é preciso destacar a função da comunicação em gerar e manter vínculos entre sujeitos:

Sendo a participação uma condição intrínseca para a mobilização, a comunicação cumpre a função de **gerar e manter vínculos** entre o projeto e seus públicos, por meio do reconhecimento da existência e importância de cada um e do compartilhamento de sentidos e valores. (HENRIQUES et al, 2004).

A definição acima explicita esta vinculação entre o projeto ou movimento social e os sujeitos que o compõem, muitas vezes agrupados em públicos. E que são os públicos? Categorizações lógicas de um coletivo de sujeitos, estabelecidas pelo estudo da natureza dos vínculos estabelecidos entre eles. Diferentemente de grupos, os públicos compartilham um relacionamento conjugado, de identidades em comum, de um posicionamento diante de enquadramentos sociais, e de um lugar de fala que lhes é próprio. Tudo isso lhes conforma um sentimento de pertença na díade sujeito-sujeito. Diante de um enquadramento social que se estabelece, os públicos desempenham papéis, em favor de uma mudança almejada, uns perante os outros – e com os outros.

Diante disso, a atuação dos públicos em rede torna-se um pilar fundamental para a ação coletiva e mobilizadora, na qual as relações passam a ser mais horizontais, cooperativas, ampliando as possibilidades de interação e proporcionando um terreno favorável ao desenvolvimento da criatividade dos sujeitos.

Importante dizer que isso não determina a construção de vínculos exclusivamente ideológicos, pautados apenas pela perspectiva do ideal em comum. Embora isso seja relevante, a mobilização se dá, muitas vezes, pelo engendramento reticular dos atores, pelas conexões mais flexíveis e pela adesão por afinidades. O conceito de sociabilidade desenvolvido por Maffesoli (1998) destaca nesse contexto a presença da razão sensível, na qual o emocional e a partilha dos sentimentos regem os encontros, formam e cimentam os laços sociais.

Essa pretensa rede de sujeitos configurados em públicos, almejada em grande parte pelos projetos e movimentos sociais, visam em última instância uma atuação corresponsável relacionada à causa que, apropriada coletivamente, reforça a transação comunicacional intersubjetiva das relações. Esse nível de vinculação corresponsável, seja dos públicos ou, em particular, dos sujeitos, se dá quando eles se sentem efetivamente afetados e envolvidos pela problemática social enfrentada e compartilham a responsabilidade na busca de soluções, entendendo a sua participação como uma parte essencial no todo. Aqui retornamos ao sentimento base da solidariedade, que reside além da

parceria, da simples cooperação, dos mutualismos das relações. Ela influi no próprio enquadramento, proporcionando uma transformação que tem início no sujeito.

Além disso, impossível ignorar a imprevisibilidade dos públicos e de suas ações comunicativas que, como ressalta Primo (2007), atuam sobre os relacionamentos, em constante redefinição. Tal fenômeno, por sua vez, está diretamente condicionado aos resultados das trocas comunicativas:

... o relacionamento só é definido (e continuamente redefinido) no decorrer da própria interação. Como a interação mútua não conhece a causalidade linear – pois uma ação não conduz necessariamente a outra –, é apenas na interconexão global dos eventos em contexto que o relacionamento se transforma e evolui (talvez até para um conflito ainda maior). (PRIMO, 2007).

Outro aspecto crucial é a recursividade presente nas redes coletivas de interação e relacionamento. De natureza autogeradora, as redes interagem sobre si mesmas por meio da Comunicação, “produzindo um contexto comum de significados, um corpo comum de conhecimentos, regras de conduta, um limite e uma identidade coletiva para os seus membros” (CAPRA, 2005). O ato social desdobra-se sobre si. Em uma imagem comunicativa, os sujeitos operam como “produtores”, “editores” e “reeditores” da realidade social que vivem, se retroalimentam, se adaptam e procuram estabelecer consenso de seus propósitos. Lembremos: longe de significar um campo relacional harmônico, este espaço das interações compõe-se de tensões e conflitos, cujas causas e efeitos se multiplicam no tecido social.

O consenso torna-se algo sempre em processo, *a priori* não estabelecido e que está sempre por se construir, numa perspectiva que permite uma abertura ao diálogo constante entre os partícipes do movimento de mobilização. A partir da busca pelo consenso – essa espécie de motor da produção de discursos e visões – nascem as condições democráticas de participação.

Com isso, percebemos que a comunicação para mobilização social deve dirigir-se aos sujeitos, diferentemente das perspectivas mercadológicas que conferem às tecnologias e dispositivos papel central do processo comunicativo, privilegiando interações de natureza reativas, pré-estabelecidas.

Não obstante, curioso é reconhecer que há uma série de iniciativas que se pretendem mobilizadoras, em particular no terceiro setor, mas que se apropriam da lógica empresarial-mercadológica em seus processos comunicativos com vistas a alcançar causas em comum. Essas iniciativas se esquecem de que o esforço visa em primeiro lugar os sujeitos, numa dimensão diferenciada da produtividade e do lucro, enfoques da iniciativa privada. Em geral, as ações

comunicativas nessa seara estão ligadas a projetos de empresas e corporações que, independentes do intento, transferem uma lógica institucionalizada de ações para operar “estrategicamente” no cenário do terceiro setor.

Tal institucionalização de vínculos entre públicos e a causa se apresenta, muitas vezes, como um paradoxo de mobilização. Nele o sujeito é convocado a participar pelo apelo da empresa ao qual se vincula, e não necessariamente pela causa que um movimento coletivo encampa; a participação torna-se um compromisso – em alguns casos, obrigatória – cerceando a relação comunicativa entre sujeitos tipicamente aberta e dialógica, viabilizadora do consenso, da livre transação e negociação de sentidos subjetivos construídos em processo interacional.

Não resta dúvida de que essas experiências estão distantes do que se entende por uma real mobilização social que advém do movimento dos sujeitos em sociedade que, investigadores da realidade, buscam transformá-la. A iniciativa comunicativa dos públicos, nessa esfera deve ser coletiva, não-particularizada.

## **AS REDES SOCIAIS NA INTERNET E A MOBILIZAÇÃO PELA DEMOCRACIA**

Na internet o debate sobre questões sociais entre públicos tem se tornado cada vez mais frequente e sobre temas de relevância social. Em si, o espaço virtual apresenta como características elementares: a ruptura das fronteiras geográficas, permitindo a “desterritorialização” de causas que passam a ser compartilhadas em nível global; participação ampliada dos públicos; uma organização cronológica de registros das manifestações e ações do movimento, tornando-se o arquivo da memória coletiva das ações desenvolvidas pelos sujeitos; novos formatos de participação democrática, distanciados do clássico modelo de democracia representativa, mais próximos das experiências participativas.

No entanto é preciso dizer que tais possíveis práticas na internet podem, ou não, aumentar a legitimidade do sistema democrático em que vivemos. Se a vinculação à democracia passa não apenas por pressupostos racionais, mas também através das práticas cotidianas, o uso da internet como instrumento de comunicação para mobilização social, como consequência, contribui para a ampliação da participação dos públicos no debate democrático e em processos de deliberação que afetam suas vidas.

De acordo com Norris (2003), embora haja inúmeras críticas a esta visão, é uma premissa para nós o fato de que a internet possibilita pluralizar as diferentes manifestações dentro da esfera pública

e aumentar a participação de novos atores políticos por meio de novas formas de interatividade e de deliberação.

Naturalmente, a mobilização social interfere nos processos de deliberação pública em sociedades democráticas, pois está centrada em questões de interesse coletivo; porque promove o entrelaçamento das discussões políticas, dos embates discursivos no espaço institucional-formal – o parlamento, e das conversações cívicas informais. A deliberação se torna uma prática mais próxima das experiências concretas da vida cotidiana. Para BOHMAN (1996)

a deliberação pública é um diálogo com um objetivo particular. Ela almeja superar uma situação problemática através da solução de um problema ou resolução de um conflito. A atividade conjunta através da qual a deliberação se constitui na esfera pública é dialógica e não meramente discursiva.

Já a visão de Habermas (1992) complementa esta perspectiva, ao defender que a legitimidade das decisões impositivas do poder político depende da regulação realizada pelos setores da sociedade localizados na periferia do tecido social, em relação ao núcleo do sistema político desta sociedade – formado pela administração (incluindo o governo), o Judiciário e os setores e instituições de formação democrática da opinião e da vontade (corporações parlamentares, eleições, concorrência entre partidos etc). Nesta trama de esferas públicas são observados diferentes níveis de densidade de comunicação, complexidade organizacional e alcance.

Para o autor, a democracia deliberativa pode garantir a legitimidade das decisões políticas e das normas jurídicas através da transformação do poder comunicativo, oriundo da esfera pública. É nesta esfera que se dá o intercâmbio discursivo entre indivíduos comunicativamente competentes e portadores de direitos, sendo capazes, na situação ideal do discurso, de aceitarem a validade de seus argumentos pelas mesmas razões, gerando assim um consenso. Segundo o autor:

As condições para uma formação política racional da vontade não devem ser procuradas apenas no nível individual das motivações e decisões de atores isolados, mas também no nível social dos processos institucionalizados de formação de opinião e de deliberação. (HABERMAS, 1997).

Sendo o Projeto de Lei “Ficha Limpa”, no Brasil, uma resultante de um processo de Mobilização Social de combate à corrupção e, em seguida, do debate e deliberação dele desdobrados,

percebemos que a Campanha no ambiente virtual foi um dos vetores de ação comunicativa e mobilizadora mais consistentes pelos resultados alcançados. Uma premissa para analisar esta movimentação de públicos nas redes sociais da internet, em particular de uma comunidade do *Facebook*<sup>3</sup>, é de que estratégias comunicativas catalisadas por organizações da Sociedade Civil Organizada em movimentos sociais também se valem de instrumentos formais de deliberação e participação popular. Destaca-se nesse contexto o MCCE.

Neste sentido, há de se considerar que o processo de deliberação não se completa em curto prazo, ao contrário: demanda tempo para que fluxos comunicativos que se constroem na esfera pública possam, paulatinamente, se transformar em argumentos de maior consistência e publicamente defensáveis. De modo geral, as redes sociais na internet contribuem para o que MENDONÇA e MAIA entendem como “vaivém” *deliberativo* encampado pela esfera pública:

É razoável supor que existe um processo de generalização quando os discursos transitam do âmbito das interações face a face entre pessoas que se conhecem para um âmbito midiático voltado para uma audiência ampla, passando por um âmbito (também midiático) exclusivamente voltado para a militância. Numa visão de conjunto, nossa suposição é que, através do “vaivém” *deliberativo* possibilitado por alguns âmbitos interacionais, os pronunciamentos podem ser aperfeiçoados até que se tornem mais defensáveis na *esfera pública*. (MENDONÇA e MAIA, 2008, p.127).

No âmbito do *Facebook*, é possível identificar o pulso da mobilização social *pari passu* às manifestações públicas de repúdio às incongruências percebidas pelos públicos no que se refere à atuação parlamentar. O debate público virtual oferece um panorama dos fatos relacionados à trajetória do Projeto de Lei e não só – também aponta para ações que visam influenciar a arena institucional (Parlamento) por meio da manifestação popular, com objetivo de provocar mudanças nos caminhos do debate institucional, as quais viabilizadas por estratégias comunicacionais sugeridas e disponibilizadas por integrantes da própria comunidade, de forma coletiva.

Entendemos que a chave para compreender melhor esses fluxos comunicativos é privilegiar o estudo das interações e relacionamento dos públicos com a causa e do comportamento deles no

---

<sup>3</sup> O *Facebook* completará em março de 2011 sete anos de existência; em pouco tempo se tornou o segundo *site* mais popular da internet, perdendo apenas para o Google. Considerada a maior rede social *on-line* do mundo, ao *Facebook* estão conectadas mais de 350 milhões de pessoas (dados de 2010).

ambiente comunitário virtual. Castells (2006) vê nestas redes uma saída para a descrença dos cidadãos nas instituições democráticas.

Neste momento em que a democracia formal e tradicional está particularmente em crise, em que os cidadãos não acreditam mais em suas instituições democráticas, o que percebemos diante da explosão das Mass Self Communications<sup>4</sup> assemelha-se à reconstrução de novas formas políticas, mas ainda não é possível dizer no que elas resultarão. (CASTELLS, 2006).

## A COMUNIDADE CFL-MCCE E A MOBILIZAÇÃO NO COMBATE À CORRUPÇÃO

A Comunicação para a Mobilização Social no combate à corrupção é transversal a todas as interações estabelecidas entre os públicos da comunidade “Campanha Ficha Limpa do Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral” (CFL-MCCE). Os registros das manifestações dos participantes que pudemos previamente coletar formam um mosaico de vocalizações e argumentos que apresentam como pano de fundo uma causa em comum sobre um inquietante fenômeno que gera um sentimento-base de indignação pública. Em função disso, já de início identifica-se uma permanente reconvocação dos públicos pelos públicos a se tornarem geradores desse movimento de combate nas redes sociais.

Em nossa pesquisa, levamos em consideração importantes conceitos a respeito do tema corrupção, de forma a complementar os demais já apresentados. Para AVRITZER et al.(2008),

a corrupção tem se mostrado resistente às mudanças institucionais, que contribuam para que a vida pública de alguns países pudesse ser regida por parâmetros democráticos cuja ausência foi uma das responsáveis pela extensão das práticas corruptas a amplas esferas da vida pública ao longo do século XX.

No Brasil, em particular no pleito eleitoral, o fenômeno da corrupção parece ser ainda mais ostensivo, seja por seu apelo à “corrida dos candidatos para o poder” onde os fins justificam os meios, seja pelas exigências financeiras que as campanhas eleitorais têm operado por conta de altos investimentos em propaganda, no aparato comunicacional e tecnológico para a formatação da

---

<sup>4</sup> O autor utiliza esta expressão para se referir aos dispositivos *web* como blogs e redes sociais que possibilitam a interação direta entre sujeitos no ciberespaço.

imagem pública dos candidatos em detrimento de propostas consistentes de programas de governo. Como aponta MELO (2008)<sup>5</sup>,

a corrupção eleitoral ou a reiterada incidência dos fenômenos capazes de desvirtuar o processo de constituição de um corpo de representantes sempre significou um problema para as democracias.

Ainda sobre o fenômeno da corrupção eleitoral, ganham destaque três formas, infelizmente comuns no Brasil, de abuso de poder e apropriação do público pelo privado, quais sejam: o uso da máquina pública em favor de determinado candidato; o financiamento de campanha visando vantagens diferenciadas no plano político e/ou administrativo e a compra de voto.

Interessante perceber como a mobilização da sociedade civil brasileira já rendeu frutos neste combate. Por exemplo, a Lei 9504 de 1997, modificada em 1999 pela lei 9840, que passou a prever a cassação de registro ou diploma para o caso do candidato “doar, oferecer, prometer, ou entregar, ao eleitor, com o fim de obter-lhe o voto, bem ou vantagem pessoal de qualquer natureza, inclusive emprego ou função pública.” (art. 41) O MCCE também foi protagonista nesta articulação de públicos, que teve igualmente seu início na proposição de Projeto de Lei junto à Câmara dos Deputados por iniciativa popular. Conclui-se, com isso, que há uma continuidade deste movimento, encadeado ao longo de mais de uma década e que levou a dois resultados significativos da produção legislativa.

No Congresso Nacional, arena institucional onde o debate do Projeto Ficha Limpa ganhou corpo, destacam-se as tensões próprias do modelo democrático vigente, seja entre o técnico e o político, a ciência e o senso comum, razão e emoção, políticas sociais e políticas econômicas, o público e o privado, a representação e a participação.

Sendo o Ficha Limpa matriz agregadora dos sujeitos e públicos nas comunidades virtuais em interlocução com o Parlamento, a Comunicação para a Mobilização torna-se, evidentemente, referência-chave para se entender possíveis reverberações de ações de uma esfera na outra, e quais efeitos resultaram destes movimentos mobilizadores.

No combate à corrupção, publicizar informações relacionadas à causa significa proporcionar a geração de elementos de identificação, de convocação para a ação e de fomento ao debate público. Isso promove, em longo prazo, uma atitude corresponsável dos públicos perante a busca soluções

---

<sup>5</sup> In: AVRITZER, Leonardo; BIGNOTTO, Newton; GUIMARAES, Juarez; STARLING, Heloisa Maria Murgel. (Org.) *Corrupção: Ensaios e críticas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

para essa problemática. Mas tal comunicação deve lidar com os dilemas da construção da própria cidadania, da democracia participativa e da emancipação social.

Finalmente, no âmbito do debate público, o convencimento, a construção das escolhas se dá por uma constante reconfiguração dos sujeitos e dos públicos nele envolvidos, dos conceitos e dos interesses em jogo, dos meios e dos fins. Podem as identidades e pertencimentos levar, não poucas vezes, a uma polarização, resultante de uma visão parcial dos elementos não comunicados e não apreendidos como totalidades e particularidades ao mesmo tempo. Em um processo como o Ficha Limpa, em que se reconhece a pressão direta dos cidadãos sobre os parlamentares pela aprovação de um instrumento legal e moralizador, esse debate sofre com as tensões dos interesses múltiplos; porque são a um só tempo e em tempos diversos oposições e complementaridades. Talvez não se deva separar estes públicos e seus entendimentos, baseado na tradição de que “politizar significa polarizar” e sim de buscar, enfim, outra cultura política que deve se basear na ideia de “pluralidades despolarizadas” (SANTOS, 2007, p. 99) e da emancipação social (SANTOS, 2007).

## **PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS**

O Projeto de Pesquisa intitulado “A Comunicação para a Mobilização Social no Combate à Corrupção via *Facebook*: A Experiência da Campanha Ficha Limpa”<sup>6</sup> vem estudando desde o início deste ano, as interações e relações comunicativas estabelecidas entre os públicos envolvidos nas redes sociais da internet, em particular aquelas que compõem a comunidade CFL-MCCE no *Facebook*. Criada em junho de 2009 por integrantes do MCCE, a comunidade já em novembro de 2010 contava com mais de sete mil usuários.

A pesquisa procura concentrar seu olhar sobre as práticas sociais dos sujeitos em mobilização no espaço virtual; na composição das estratégias de coletivização da causa defendida pelos atores desse movimento e também no processo de vinculação que os públicos, em ação comunicativa, estabelecem com o movimento de combate à corrupção.

Os estudos e análises advindas deste Projeto almejam: (1) um aprofundamento conceitual e empírico sobre o tema Comunicação para a Mobilização Social, contribuindo para a produção científica do campo comunicacional; (2) lançar luz sobre os processos comunicativos envolvidos nos movimentos sociais de combate à corrupção.

---

<sup>6</sup> Este Projeto de Pesquisa desenvolvido junto à Linha de Pesquisa: Processos Comunicativos e Práticas Sociais do Programa de Pós-Graduação do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Social.

Também consideramos que o desenvolvimento da Comunicação e do debate público na arena virtual é singular por sua horizontal interlocução entre públicos. A trajetória do processo legislativo vivida pelo Projeto de Lei – desde sua proposição à promulgação – evidencia o protagonismo dos públicos em rede. Disso advém o estabelecimento de um recorte de pesquisa sobre a comunidade virtual CFL-MCCE, numericamente expressiva e uma das principais geradoras do processo mobilizador via internet; ela constitui amostra representativa do universo de outras comunidades mobilizadas pela aprovação do Projeto de Lei no Congresso Nacional.

O *Facebook*, compreendido por meio das interações estabelecidas pelos públicos integrantes da CFL-MCCE, contribui hipoteticamente para (1) a coletivização da causa de combate à corrupção; (2) proporciona espaço de debate público no meio virtual em consonância com ao debate institucional (Parlamento).

Ao se entender que toda realidade desejada é, em si, uma virtualidade, um vir a ser, torna-se evidente a aproximação entre a representação da vida no espaço da internet e as ações mobilizadoras *in loco*, de natureza presencial. Reunindo sujeitos para além das fronteiras geográficas; tornando as trocas mais rápidas e constituindo relações colaborativas, suspeitamos que o uso das redes sociais, em particular do *Facebook*, possa influenciar diretamente o fortalecimento da mudança social almejada pelo movimento de combate à corrupção, influenciando especialmente a esfera pública institucional e deliberativa do Parlamento.

A perspectiva metodológica adotada pela pesquisa é qualitativa, voltada para um estudo retrospectivo das interações estabelecidas pelos públicos integrantes da comunidade CFL-MCCE no *Facebook*, ao longo de um ano, ou seja, de junho de 2009 – mês de criação da comunidade – a 4 junho de 2010, data em que a Lei Complementar 135 foi sancionada.

A coleção de mensagens postadas pelos públicos da comunidade oferece os primeiros insumos para pesquisa, que serão complementados com a prospecção de outros dados qualitativos obtidos por meio das entrevistas em profundidade com representantes dos públicos envolvidos pelo processo de mobilização. A análise de conteúdo se concentra sobre as manifestações postadas pelos integrantes da comunidade CFL-MCCE do *Facebook*; informações de natureza quantitativa, tais quais: número de usuários, acessos à rede, entre outros, que serão obtidos por meio de ferramentas relacionadas ao *Facebook*; depoimentos de lideranças e representantes da comunidade CFL-MCCE sobre a percepção do debate público ocorrido no âmbito virtual.

O esforço de categorização, quanto às condições de coletivização e quanto à função comunicativa, possibilitará identificar como é evidenciada a coletivização da causa, criada e desenvolvida na CFL-MCCE, no âmbito do *Facebook*, pelos atores dela integrantes. As inferências

obtidas a partir das análises iniciais serão confirmadas pelas informações advindas de entrevistas em profundidade e as de contexto – que se encontram em fase de planejamento e de coleta, respectivamente – reforçando a compreensão do processo de mobilização sob o ponto de vista comunicativo, privilegiando as interações mediadas via computador.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AVRITZER, Leonardo; BIGNOTTO, Newton; GUIMARAES, Juarez; STARLING, Heloisa Maria Murgel. (Org.) **Corrupção: Ensaios e críticas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

BOHMAN, James. *Public Deliberation: Pluralism, complexity and democracy*. Massachusetts/USA: MIT Press, 2000.

CAPRA, Fritjof. *As Conexões Ocultas: Ciência para uma Vida Sustentável*. trad. Marcelo Brandão Cipolla. São Paulo: Cultrix, 2005.

CASTELLS, Manuel. *O Poder da identidade. A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. *A era da intercomunicação. Le Monde Diplomatique Brasil*, São Paulo. Disponível em: <http://diplomatie.uol.com.br>. Acessado em: 11 fev 2011.

FRANCO, Augusto de. *Ação local – a nova política da contemporaneidade*. Brasília/Rio de Janeiro: Ágora/FASE, 1995.

GAMSON, William A. *Talking Politics*. Cambridge University Press, 1992.

HABERMAS, J. *Direito e democracia – entre facticidade e validade*. Vols. 1 e 2. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997; 2003 (2ª ed.)

HENRIQUES, Márcio S.(org.), BRAGA, Clara S., BRANDÃO, Daniela do C. e S. & MAFRA, Rennan L. M. *Comunicação e Estratégias de Mobilização Social*. Pará de Minas: Gênese, 2002.

HENRIQUES, Márcio Simeone. *Comunicação e Mobilização Social na prática de polícia comunitária*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

MAFFESOLI, Michel. *O Tempo das Tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MAIA, Rousiley (org). *Mídia e Deliberação*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

MARTINHO, Cássio. *Algumas palavras sobre rede*. In: MCKNIGHT, Jonh L. & KRETZMAN, *Formando Comunidades de dentro para fora: um caminho para encontrar e mobilizar os ativos de uma comunidade*. Belo Horizonte: Instituto Idis, 1993.

MORIN, Edgar. *O método 5: a humanidade da humanidade*. Trad. Juremir Machado da Silva. 3ªed. Porto Alegre: Sulina, 2005.

NORRIS, P. Preaching to the converted? Pluralism, participation and party websites. In: *Party Politics*, vol. 9, nº1, 2003

PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SANTOS, Boaventura de Souza. *Pela mão de Alice, o Social e o Político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 1995.

SANTOS, Boaventura Sousa. *Renovar a Teoria Crítica e Reinventar a Emancipação Social*. São Paulo: Boitempo, 2007.

TACUSSEL, Patrick. *Comunidade e Sociedade: a partilha intersubjetiva de sentidos*. Geraes – Revista de Comunicação Social – Belo Horizonte: UFMG, n. 49, 1998. p. 3-12.

TORO A., Jose Bernardo & WERNECK, Nísia Maria D. *Mobilização Social: Um modo de construir a democracia e a participação*. Brasília: Belo Horizonte: Autêntica, 2004.