

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MOISÉS TAVARES DOMINGOS

**COMUNICAÇÃO POLÍTICA E MOBILIZAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO
ACERCA DAS MANIFESTAÇÕES POPULARES DE 2013**

Curitiba/PR

2014

MOISÉS TAVARES DOMINGOS

**COMUNICAÇÃO POLÍTICA E MOBILIZAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO
ACERCA DAS MANIFESTAÇÕES POPULARES DE 2013**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Especialização em Comunicação Política e Imagem, do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Nelson Rosário de Souza

Curitiba/PR

2014

RESUMO

O presente trabalho se propõe a relatar os movimentos sociais democráticos ocorridos no Brasil em meados de 2013. Demonstrar sua relevância histórica e sua contribuição para uma democracia mais eficiente e produtiva se portam como os pilares deste estudo. Neste trabalho foram utilizadas pesquisas e dados qualitativos para identificar as principais características do processo da mobilização social com a ideia de oferecer requisitos bases para a formulação de breves conclusões sobre os desejos da população brasileira que busca as mudanças reais na política. O sentimento de insatisfação e o pleno desejo por mudanças levou o povo às ruas para protestar contra os mais variados problemas da sociedade brasileira, desde a falta de qualidade nos serviços básicos como saúde, educação, habitação, transporte público, entre outros até os mais altos escalões do legislativo e judiciário. Os resultados apresentados demonstram que com a onda de protestos organizados a partir da internet, o brasileiro pôde demonstrar sua insatisfação com seus governantes e pedir melhorias atuais e futuras, principalmente no que diz respeito a atitude dos políticos.

Palavras-chave: Mobilização Social; Democracia, Protestos;

ABSTRACT

The present work proposes to reporting the democratic social movements occurred in Brazil in mid-2013. Demonstrate their historical relevance and its contribution to a democracy more efficient and productive if sheeplike as the pillars of this study. In this study we used surveys and qualitative data to identify the main characteristics of the process of social mobilization with the idea of offering requirements bases for the formulation of brief conclusions on the wishes of the Brazilian population that seeks the actual changes in politic. The feeling of dissatisfaction and the full desire for change has led the people in the streets to protest against the most varied problems of Brazilian society, since the lack of quality in basic services such as health, education, housing, public transport, among others up to the highest echelons of the legislative and judiciary. The presented results demonstrate that with the wave of protests organized from the internet, The Brazilian can demonstrate their dissatisfaction with their leaders and ask for current and future improvements, especially in view of the attitude of politicians.

Key Words: Social Mobilization; Democracy, Protests;

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 OBJETIVOS	6
2.1 OBJETIVO GERAL.....	6
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	7
3.1 COMUNICAÇÃO POLÍTICA.....	7
3.2 O USO DA MÍDIA NA COMUNICAÇÃO POLÍTICA	10
3.2.1 <i>Televisão</i>	10
3.2.2 <i>Internet e Redes Sociais</i>	11
3.3 MOBILIZAÇÃO DEMOCRÁTICA	12
4 METODOLOGIA	15
5 CONTEXTO E AÇÃO DAS MANIFESTAÇÕES	16
6 CONCLUSÕES	19
REFERÊNCIAS	20

1 INTRODUÇÃO

Com o propósito de entender a mobilização social em busca de melhorias para a população brasileira, faz-se necessário buscar os fatores geradores e influenciadores, bem como os aspectos históricos e culturais envolvidos na questão política nacional.

Eduardo Gianetti da Fonseca consegue explicar em um parágrafo o momento atual do brasileiro e que nos ajuda a entender o objeto do estudo e o desenvolvimento deste trabalho:

“O paradoxo do brasileiro é o seguinte: cada um de nós isoladamente tem o sentimento e a crença sincera de estar muito acima de tudo isso que aí está. Ninguém aceita, ninguém aguenta mais, nenhum de nós pactua com o mar de lama, o deboche e a vergonha da nossa vida pública e comunitária. O problema é que, ao mesmo tempo, o resultado final de todos nós é exatamente isto que aí está!”

A pergunta que este trabalho busca em responder é:

O país, com foco na atuação de seus governantes, mudou após a onda de protestos populares em meados de 2013?

Para o desenvolvimento deste trabalho e também para responder a questão central acima descrita, optou por focar em três áreas-chave do estudo, tais como: Comunicação Política, Mídias Sociais e Mobilização Democrática, organizando suas principais características.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Demonstrar a importância da comunicação política e da mobilização social no processo democrático brasileiro.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar a evolução histórica da comunicação política no Brasil;
- Descrever o processo de mobilização social com foco nos protestos democráticos realizados em 2013 no Brasil;
- Buscar bases para comparação da efetividade dos protestos a partir das solicitações populares.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Os aspectos históricos da comunicação política são descritos por Montes Et al (2010, pp. 02-05). Os autores citam que a comunicação política moderna iniciou seu desenvolvimento depois da Primeira Guerra Mundial, principalmente através do advento da comunicação de massa, do cinema e do rádio, que apesar de serem tecnologias a serviço da informação, da expressão artística e do entretenimento, também podem ser utilizadas na propaganda e no doutrinação político em um mundo polarizado ideologicamente. Informam ainda que os estudos de comunicação política tiveram início nos anos 40, quando foram introduzidas ferramentas metodológicas mais elaboradas e complexas, com o objetivo de medir o poder de influência dos meios de comunicação sobre suas audiências.

O conceito de comunicação política tem evoluído ao longo dos tempos. Do estudo das relações entre governos e eleitorado, seu objeto progrediu para um campo mais vasto que inclui tudo o que está relacionado com o papel da comunicação na vida política. (CANAVILHAS, 2009).

Leões (2009) afirma que a comunicação política tem avançado muito nos últimos anos, embora somente há pouco tempo venha sendo considerada isoladamente. Mesmo em cidades pequenas, um governante ou parlamentar necessita tratar do tema com seriedade e eficiência.

Segundo Barnett, (1997) citado por Canavilhas (2009, p. 03) a comunicação política assumiu assim um papel importante no funcionamento dos sistemas democráticos por centrar a sua atenção em alguns fundamentos das democracias como a cidadania do conhecimento, entendida como o acesso a informação relevante não distorcida, ou o livre acesso aos espaços de debate onde os cidadãos podem deliberar e desenvolver os seus próprios argumentos.

Comunicação e política sempre andaram muito próximas, quase juntas. Não se podem dissociar essas duas atividades fundamentais em nossas vidas, principalmente na definição de nossos destinos. Embora existam diferenças entre ambas, de certo modo, elas se complementam. Não se faz política sem uma boa

comunicação. Um dos objetivos do presente estudo neste primeiro capítulo é tentar estabelecer os conceitos com os quais nos deparamos ao estudar comunicação política no conjunto, como uma área de conhecimento específica. É importante ressaltar que a comunicação política se reveste de grande relevância na sociedade moderna, pois é através dela que se chega à opinião pública, à cidadania e ao eleitor, contribuindo para a definição de preferências em relação aos mais variados temas que exigem melhor compreensão e definição de escolhas pela sociedade. (MONTES ET AL, 2010).

Para Pedroso (2006) sendo a política um fenômeno dinâmico que está presente em todos os momentos da vida em sociedade e sendo o Poder Legislativo um órgão cujas ações têm incidência direta sobre a vida dos cidadãos, é necessário que a presença da política seja percebida assim, como elemento moldador do convívio, manipulador das visões, no sentido em que determina e delimita as referências sobre as quais a realidade é avaliada e direcionadora de verdades em busca da obtenção e manutenção do poder, pois fala sempre de um lugar privilegiado com relação às massas. Principalmente, porque o fruto do trabalho das estruturas de comunicação desse tipo de instituição incide, de maneira direta, sobre a formação de opinião do público, que, através do voto, e quase exclusivamente através dele, exerce algum tipo de poder na democracia representativa: o poder de decisão sobre quem serão seus representantes junto às estruturas de governo.

Na política, o capital com que conta é a representatividade, o poder de falar por muitos e por eles decidir. Fato que nos remete a outras duas características: sujeitos e interesses específicos, que estão diretamente relacionados e interligados por tensões internas e externas, uma quarta característica, representadas por disputas e defesas permanentes de espaços e posições de poder, de idéias e de visões de mundo. (BOURDIEU, 2005 citado por PEDROSO, 2006).

Wolton citado por Leães (2009) descreve a comunicação política como sendo o espaço simbólico onde os homens podem expor suas idéias, salientando ainda que não há nenhuma democracia sem comunicação política, e na mesma são debatidas todas as questões da sociedade. O sociólogo também definiu a comunicação política como o espaço de encontro entre três discursos contraditórios, o da política, o do jornalismo e o da opinião pública (povo, cidadãos). Para ele, o funcionamento da democracia necessita desses três elementos. Sem a mídia, há o

risco de desequilíbrio, pois a comunicação política só funciona bem quando todos os problemas são debatidos.

O intercâmbio de informações entre os governantes e os governados através de canais de intermediação, estruturados ou informais, sobre os assuntos políticos e de políticas públicas de interesse do momento é o que se pode chamar de comunicação política. (LEÃES, 2009).

O modelo básico de comunicação política atual leva em conta as preferências das audiências, de acordo com as percepções pessoais de cada espectador. Os indivíduos têm tendência a ver, ler e ouvir o que lhes é interessante, filtrar as mensagens, apagando certos trechos e maximizando outros. No entanto, eles tendem a apresentar comportamentos homogêneos em seus grupos, conseqüentemente absorvendo as mensagens de acordo com aquelas realidades. (WESTPHALEN, 2009).

Ao pensar-se sobre as questões que envolvem a consolidação democrática e os aumentos dos espaços públicos de contestação e participação, observa-se que há uma evolução social em ebulição.

Westphalen (2009) afirma que a comunicação política supõe planejamento, previsão e controle no modo em que o agente político diz e faz e como ele se apresenta, acompanhando um script profissionalmente estabelecido e orientado por cálculos de eficiência. Os programadores e realizadores dos meios desejam criar espetáculos sucessivos e incessantes, paralelos ao acontecer, o que é acontecimento deixa de ser realidade para converter-se em espetáculo. Essa situação influenciou o controle social e se transformou em controle cultural, onde a influência se manifesta mais pelos conteúdos transmitidos nos meios de comunicação do que em outras instituições.

“A principal função de uma democracia é a contínua responsividade do governo às preferências de seus cidadãos, considerados como politicamente iguais. Assim, a eleição de políticos que de alguma maneira reflitam ou reproduzam a composição de todo eleitorado é a melhor maneira de assegurar a representação, pois os eleitos atuarão na defesa dos interesses de seus representados.” (WESTPHALEN, 2009, pp. 18-19).

Dahl (2005) citado por Westphalen (2009), em seu ensaio sobre a democracia, a qual ele denomina *poliarquia*, devido às variações que ocorrem dentro de regimes democráticos, prega que os regimes se alteram conforme a população é habilitada a participar, num plano mais ou menos igual, do controle e da contestação à conduta do governo. Considere-se então a democratização como sendo formada por pelo menos duas dimensões: a contestação pública e o direito de participação. Dessa forma, as poliarquias são regimes que foram substancialmente popularizados e liberalizados, isto é, fortemente inclusivos e amplamente abertos ao questionamento, discussão e oposição. Isso implica aumento das funções representativas, que passam a ser exercidas não apenas pelo parlamento e governos, mas por toda uma ampla rede de organizações sociais. Na medida em que um sistema torna-se mais competitivo ou mais inclusivo, os políticos buscam o apoio dos grupos que agora podem participar mais facilmente da vida política. Quando o sufrágio vai além dos notáveis e de sua clientela, os velhos partidos e as facções baseados, principalmente, nas relações sociais entre os notáveis – em laços familiares, de classe, residência, estilo de vida e tradição – são substituídos ou suplantados por partidos mais eficazes em atrair as classes médias.

3.2 O USO DA MÍDIA NA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

3.2.1 Televisão

O papel da mídia na sociedade se apresenta com a televisão se constituindo o meio de comunicação de massa fundamental dentro da sociedade tecnológica, sendo um portador de cultura. Tornou-se janela aberta para o mundo, bem universal e de interação entre as pessoas. A apresentação do mundo das imagens. Nesse cenário aparecem outros momentos importantes. As democracias contemporâneas, ao longo do tempo, sofreram transformações com efeitos sobre a forma como se dá a representação política. O período recente é caracterizado pelo declínio da identificação partidária como determinante do voto, a importância das pesquisas de opinião e a centralidade da imagem nos processos político-eleitorais. Neste sentido, a televisão desempenha papel central e é considerada uma das principais evidências da modernização das campanhas eleitorais. (GOMES, 2008).

Gomes (2008) afirma que a mídia consegue construir um mundo imaginário comum para as audiências e ignorando as suas diversidades. Mesmo considerando que a maneira de decodificar as imagens varia de grupo a grupo de sociedade, permanece em solo comum que é a sua facilitação, seu encolhimento e sua “montagem”.

Não podendo deixar de mencionar o fato de que o fenômeno da desmobilização e a despolitização, o neindividualismo pós-moderno, que tende ao descompromisso político, cultural, religioso, ético e educacional. A sociedade viu surgir e crescer com muita velocidade as informações e ficou desprovida da formação cultural. (GOMES, 2008).

3.2.2 Internet e Redes Sociais

Canavilhas (2009) informa que a presença da internet não é uma novidade na política, mas só recentemente começaram a oferecer algo mais do que um endereço com textos e fotos. O sucesso das novas mídias sociais como *Facebook*, *Twitter*, dentre outros, demonstrou que as novas aplicações não eram um fenômeno exclusivo das novas gerações, mas o início de um fenômeno com potencial para se alargar a toda a sociedade. A adesão às redes sociais confirmaram essa tendência, e hoje estes novos dispositivos online fazem parte do cotidiano de milhões de cidadãos em todo o mundo.

Se o acesso à informação não distorcida é condicionado pela intervenção do terceiro elemento do sistema - a comunicação social - o acesso aos espaços de debate tem melhorado graças à Internet. Os blogs, por exemplo, são um dispositivo de sucesso junto dos cidadãos que desejam se informar sobre os políticos e suas ações. (CANAVILHAS, 2009). Direta ou indiretamente, os novos dispositivos começam a ter um papel importante no processo de comunicação política, porque dão voz aos cidadãos.

Canavilhas (2009) esclarece que o uso de redes sociais politicamente aumentam a percepção de participação cívica dos cidadãos, pois um fator que afasta os cidadãos da política é a idéia generalizada de que a sua opinião conta apenas nos momentos eleitorais.

O contacto regular com a política nas redes sociais, ainda que virtual, devolve aos cidadãos a importância que sentem merecer, reaproximando-os dela.

Acresce o fato da Internet ser um meio especialmente apreciado pelas gerações mais novas, o que pode funcionar como uma motivação extra para chamar os jovens à vida política.

As vantagens não se esgotam neste ponto: em termos de novas tecnologias, os jovens são os influenciadores em suas famílias. Por isso é natural que a informação recebida através da Internet passe de filhos para pais, aumentando assim a audiência das mensagens difundidas pelos novos dispositivos. (CANAVILHAS, 2009).

Segundo Barnett (1997) citado por Canavilhas (2009, p. 07) existem quatro importantes vantagens dos novos dispositivos online, que podem influenciar o processo de comunicação política e o funcionamento das democracias:

- a) Capacidade ilimitada de reunir e distribuir informação. Ao contrário dos meios tradicionais, que estão condicionados pelos espaços destinados a determinado tipo de informação, na Web é possível disponibilizar a informação em bruto, fornecendo aos cidadãos todos os dados;
- b) Possibilidade dos cidadãos poderem comunicar entre si, independentemente da sua localização geográfica: os novos dispositivos permitem anular o espaço e o tempo, colocando os cidadãos em contacto com outros de regiões diferentes;
- c) Acesso à informação sem qualquer tipo de constrangimento: contrariamente ao que sucede nos media tradicionais, os cidadãos podem aceder à informação quando e como desejam, sem necessidade de se sujeitarem a horários ou programações previamente estabelecidas;
- d) Acesso universal com a presença simultânea desde qualquer local com uma ligação à rede.

3.3 MOBILIZAÇÃO DEMOCRÁTICA

A Democracia não é um partido político, não é uma ciência, nem uma religião; a Democracia é uma forma de ver o mundo, é uma cosmovisão, que parte do suposto de que fazer possíveis e cotidianos os Direitos Humanos é o que justifica todas as atividades de uma sociedade (políticas, econômicas, culturais, financeiras, educativas, familiares, etc.). (TORO; WERNECK, 1996).

A mobilização social a partir de um olhar da comunicação nos permite localizar as Relações Públicas como participantes fundamentais em tal processo, nas complexas sociedades contemporâneas. É possível destacar, dentre as inúmeras características e questões que se relacionam à organização coletiva dos sujeitos (tais como, hiperespecialização, interdependência e interligação de setores sociais, modos de vida modernos, racionalidade técnica e industrialização, massificação e padronização do consumo, inter e multiculturalismo, etc.) uma, em especial, que nos ajuda a entender a presumível ligação entre Relações Públicas e mobilização social: o desenvolvimento altamente especializado de meios, técnicas e instrumentos de comunicação. (MAFRA, 2006).

Segundo Toro e Werneck (1996) a mobilização social é considerada erroneamente muitas vezes com manifestações públicas, com a presença das pessoas em uma praça, passeata, concentração. Mas isso não caracteriza uma mobilização. A mobilização ocorre quando um grupo de pessoas, uma comunidade ou uma sociedade decide e age com um objetivo comum, buscando, quotidianamente, resultados decididos e desejados por todos. É uma forma de construir na prática o projeto ético proposto na constituição brasileira: soberania, cidadania, dignidade da pessoa humana, valores do trabalho e da livre iniciativa e pluralismo político.

Não se faz mobilização social com heroísmo. As mudanças são construídas no cotidiano por pessoas comuns, que se dispõem a atuar coletivamente, visando alcançar propósitos compartilhados. (TORO; WERNECK, 1996).

Segundo Toro e Werneck (1996) para se garantir a mobilização democrática e mostrar sua eficácia é preciso alcançar a coletivização através da circulação de informações, da divulgação do que está acontecendo nas diversas frentes.

O que distingue a coletivização da simples divulgação é seu compromisso com os resultados. A divulgação tem um objetivo muitas vezes promocional ou meramente informativo. O resultado esperado é que as pessoas saibam, tenham conhecimento desta informação. No caso da mobilização, o foco é no compartilhamento da informação (não simplesmente na sua circulação) e o resultado desejado é que as pessoas formem opiniões próprias, se disponham a agir e ajam. E mais, que se sintam donas dessa informação, repassem-na, utilizem-na e se tornem elas próprias fontes de novas informações.

Para o sucesso de uma mobilização é preciso que todos que dela participam tenham um comportamento comunicativo, tenham interesse e disposição para consumir e fornecer informações. O uso da internet, se mostra como um eficiente informador das massas.

4 METODOLOGIA

Pesquisa científica de natureza qualitativa com a utilização, para a realização do estudo proposto, a técnica de revisão de literatura, que segundo Marconi e Lakatos (1996) devem apresentar a forma de seleção e organização dos materiais que serão analisados, bem como o registro e comparação dos dados. Um trabalho de revisão de literatura não deve ser confundido com a fundamentação teórica da pesquisa de campo.

A revisão bibliográfica ou de literatura é aquela desenvolvida a partir de um material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos (GIL, 1999). A pesquisa bibliográfica neste trabalho tem como finalidade proporcionar maior familiaridade com os temas descritos neste estudo.

Além da revisão de literatura, utiliza-se como meio para coleta de dados primários o exame de documentos, o que segundo Godoy (2006, pp. 133) “deve ser entendida como todo e qualquer material escrito e registros internos e externos da unidade pesquisada”.

A partir dos dados extraídos nessa etapa da pesquisa é que se fará o confronto com os dados teóricos.

O tratamento dos dados será feito de forma essencialmente qualitativa, de modo a revelar a intenção na descrição dos fatos e descrição de novas condutas. Tanto na avaliação de documentos, quanto na revisão de literatura.

5 CONTEXTO E AÇÃO DAS MANIFESTAÇÕES

Este trabalho busca através de um estudo contemporâneo, exemplificar e relatar os protestos ocorridos em 2013 no Brasil, bem como listar e comentar os ganhos democráticos para o bem da população. Para tanto utiliza-se parte de um documento jornalístico escrito por Bernardo Gutierrez em 2014, resumindo e explicando a origem e o caminho percorrido pelas manifestações populares. O autor descreve:

Das redes às ruas. Indignação e ocupações. Violência policial e convocatórias sem os mediadores clássicos. Assembleias e revoltas polifônicas (corais) de difícil catalogação. Desejo de democracia participativa e empoderamento. As denominadas jornadas de junho, no Brasil (período de 2013 em que explodiram as manifestações) colocaram o gigante sul-americano no mapa das revoltas globais. Compartilharam com movimentos estrangeiros no formato das convocações, na arquitetura das manifestações e alguns imaginários. Entretanto, as manifestações brasileiras, agrupadas em torno do grito #VemPraRua, demonstraram ter personalidade própria. E nítidas peculiaridades. A primeira delas é que as revoltas iniciadas pelo Movimento Passe Livre (MPL) não acabaram cristalizando-se em um novo movimento de rede com nome próprio. A segunda, é a (breve) irrupção de grupos e meios conservadores que tentaram se apropriar das manifestações, sobretudo em São Paulo. Além disso, o uso pouco efetivo das redes, entre outras coisas, impediu a rápida conexão dos novos protagonistas das redes e das ruas. O que se criou, isso sim, foram novos imaginários. O Passe Livre como metáfora, o grito comum de reconhecer-se como "vândalo" ou "baderneiro" (insultos que os meios de comunicação dirigem aos manifestantes) ou a "vida sem catracas" foram alguns deles. A conexão, lenta e transversal, está ocorrendo de forma surpreendente. E totalmente imprevisível.

O novo sistema de rede, que surgiu a partir das jornadas de junho, interrompeu profundamente a sociedade e a política do Brasil. A este novo sistema de rede "indignado" estão sendo incorporados movimentos populares, pouco digitais, orientados à esquerda. E militantes clássicos. Lutas históricas a serviço de um novo imaginário. Quem é quem no ecossistema dos protestos do Brasil? Este inventário é

incompleto. A prioridade é dada àqueles coletivos ou redes que compartilham métodos, formato, ética e imaginários com as chamadas redes globais. Mas ele também ressalta singularidades brasileiras e movimentos mais clássicos.

Os protestos não foram organizados por sindicatos ou outros lobbies. A espontaneidade lhes dá um sentido novo de possibilidade e possuía inevitavelmente uma certa falta de organização que acabou por atrapalhar um pouco seu bom andamento.

Na democracia não existem os inimigos, mas os opositores, pessoas que pensam diferente e querem buscar os objetivos de outra forma, tem interesses distintos dos meus, que muitas vezes conflitam com eles, mas com as quais posso discutir e consensuar metas comuns, colocadas acima das divergências. As atitudes deploráveis e a atuação dos governantes leva a entender que estando no poder acabam por se configurar como opositores do povo.

Para Toro e Werneck (1996) a participação, em um processo de mobilização social, é ao mesmo tempo meta e meio. Por isso, não podemos falar da participação apenas como pressuposto, como condição intrínseca e essencial de um processo de mobilização. Ela de fato o é. Mas ela cresce em abrangência e profundidade ao longo do processo, o que faz destas duas qualidades (abrangência e profundidade) um resultado desejado e esperado.

Um processo de mobilização social tem início quando uma pessoa, um grupo ou uma instituição decide iniciar um movimento no sentido de compartilhar um imaginário e o esforço para alcançá-lo. Nas ações populares de 2013 o grupo formado por internautas, intelectuais ou não, acabaram por criar uma grande massa mobilizadora que partiu em busca de direitos básicos que não estão Toro e Werneck (1996) corroboram dizendo que para que as pessoas se disponham a participar e descubram sua forma de contribuir é preciso que:

- Tenham informações claras sobre os objetivos, as metas, a situação atual e as prioridades da mobilização a cada momento. Esse é um dos objetivos da comunicação social no apoio a um movimento;

- Sintam-se seguras quanto ao reconhecimento, valorização e respeito à sua forma de ser e de pensar. Ninguém está disposto a correr risco de ser incompreendido e rejeitado; e
- Sintam a confiança dos outros participantes quanto à sua capacidade e possibilidade de contribuir para o alcance dos objetivos sendo garantidos pelos governantes.

No Brasil, a onda de protestos começou com propósitos simples, em muitos lugares como sendo uma pressão para baixa nas tarifas de transporte público, foi tomando forma e passou a contemplar todo tipo de insatisfação social com o governo. Talvez a falta de uma organização maior tenha contribuído para a precocidade do movimento, mas os ganhos foram consideráveis.

Os protestos cresceram e principalmente se tornaram reconhecidos e passaram a preocupar os governantes, que tiveram que tomar decisões rápidas para tentar abafar e vir a diminuir os anseios da população mobilizada que estava nas ruas e na internet bombardeando as más práticas de gestão e principalmente a falta de preocupação de zelo com o povo.

Os manifestantes, da mesma forma apontada por Toro e Werneck, ganharam confiança e contribuíram para o fortalecimento da produtividade democrática brasileira.

A partir dos protestos de 2013, pode se dizer que a democracia ficou fortalecida a partir do aumento de produtividade, uma vez que democracia e produtividade estão relacionadas com mentalidades proativas. E essa mentalidade não é natural, tem que ser educada: é preciso aprender a passar de uma ordem recebida para uma ordem produzida. O exercício da criatividade e da proposição de soluções fazem parte dessa aprendizagem.

Os brasileiros em geral, especialmente os mais jovens, perceberam sua real importância democrática e principalmente a força que suas manifestações pressionam o poder, tendo a capacidade de mudar os rumos da nação.

Pouco foi conseguido em esfera nacional e principalmente em mudança nas atitudes dos governantes, mas deixou um legado histórico, aguçando a percepção e a mentalidade brasileira. O brasileiro entende hoje, que tem valor e peso que pode influenciar as gerações futuras e a atuação da classe política.

6 CONCLUSÕES

Dentro deste trabalho de conclusão de curso de especialização, pensou-se na descrição da democracia e na exemplificação da mobilização social democrática tendo como mastro os protestos realizados no Brasil em meados de 2013.

O país como um todo, até mesmo em pequenas cidades, foi as ruas para condenar as atitudes dos governantes e principalmente para pedir melhorias no modelo de gestão e nas recompensas dadas pelos mesmos, ou seja a melhor gestão dos recursos públicos e o aumento da qualidade de vida para a população.

A união contra a força da mídia televisiva foi um dos pilares para a movimentação democrática passada no Brasil 2013. A união das massas via internet e redes sociais, possibilitou uma gigantesca mobilização em torno de interesses sociais simples, que não são atendidos na totalidade pelos governos.

Toro e Werneck (1996) definem democracia como sendo “uma ordem social que se caracteriza pelo fato de suas leis e suas normas serem construídas pelos mesmos que as vão cumprir e proteger”. E esse processo democrático pode ser visto e compartilhado em um mês de protestos que mudou a visão dos brasileiros, e principalmente dos seus governantes.

Com o crescimento dos protestos baseados na condenação a corrupção, a ineficiência e arrogância, observaram-se a formação de uma nova mentalidade na sociedade civil, que se percebe a si mesma como fonte criadora da ordem social, pressupõe compreender que os males da sociedade são o resultado da ordem social que nós mesmos criamos e que, por isso mesmo, podemos modificar.

Por fim, conclui-se que para a real efetivação da capacidade de mobilização social democrática no Brasil, é preciso uma maior efetividade na busca de melhorias significativas, objetivando pressionar os governantes para uma urgente reforma política, mesmo que a classe política brasileira tenha interesse em deixar como está satisfazendo assim seus interesses econômicos e pessoais.

REFERÊNCIAS

CANAVILHAS, J. **A Comunicação Política na Era da Internet**. Covilhã: VIII Lusocom da Universidade da Beira Interior, 2009.

GUTIERREZ, B. **Os protestos do Brasil dialogam com as revoltas globais**. Revista Carta Capital, mar-2014.

LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LEÃES, E. T. **Coluna política e agendamento: a “página 10” do Jornal Zero Hora**. Porto Alegre: 2009.

MAFRA, R. **Entre o espetáculo, a festa e a argumentação: mídia, comunicação estratégica e mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006.

MONTES, M. C. R. ET AL. **Reflexiones sobre la comunicación política**. Espacios Públicos, vol. 14, núm. 30, enero-abril, 2011, pp. 85-101, Universidad Autónoma del Estado de México Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/676/67618934007.pdf>. Acesso em 30/08/2013.

PEDROSO, E. S. **Comunicação pública política: campos em conflito: um olhar a partir da Câmara Municipal de Porto Alegre**. Porto Alegre: 2006.

TORO, J. B.; WERNECK, N. M. D. F. **Mobilização Social: um modo de construir a democracia e a participação**. UNICEF – Belo Horizonte: 1996.

WESTPHALEN, J. H. **O uso do marketing político na formação da imagem de um candidato á câmara d vereadores e a sua influência no resultado eleitoral**. PUC, Porto Alegre: 2009.