



Influência das manifestações populares brasileiras na disputa presidencial de 2014

Prof. Dr. Roberto Gondo Macedo
Agosto 2013

As manifestações ocorridas no Brasil no primeiro semestre de 2013 condicionaram um novo rumo para a compreensão da dinâmica eleitoral brasileira e o modo de como fazer estratégias de comunicação política e eleitoral. O descontentamento apontado nas principais capitais dos estados brasileiros demonstrou um descrédito não somente em um governo local, mas na instituição política como um todo, e isso é um triste retrato da má formação política nacional, presente em grande parte dos cidadãos, que na ausência de maturidade democrática, não compreendiam sua importância nas reivindicações políticas. Esse fenômeno de mobilização teve como base o forte e intenso fluxo de informações pelas redes sociais, na qual permitiu o agendamento de inúmeros atos de descontentamento popular pelas ruas do Brasil. Essas baixas intenções de credibilidade afetou diretamente os atores políticos brasileiros, bem como seus partidos. As estratégias eleitorais comunicacionais para as eleições presidenciais de 2014 estão sendo revistas e acompanhadas de perto por novos formatos de estímulo do eleitor, na tentativa de reverter imagens desgastadas das organizações de representação popular. Dilma na presidência e muitos governadores, prefeitos e deputados seguem com crise de imagem pública, que demonstra ser o grande desafio para as próximas eleições.



Introdução

A redemocratização, na maior parte dos países da América Latina foi lenta e com grandes impactos sociais. O regime ditatorial que foi presente em muitos países latinos, dentre esses o Brasil, limitaram ou cercearam o direito de expressão popular e inibiram vozes críticas ao regime, com exílios e diversos outros formatos de punição e estímulo ao medo de manifestar. Com os anos, a população criou um mecanismo de estímulo popular para conduzir a população às ruas, com o objetivo de conquistar uma nova perspectiva de sociedade, mais participativa e com maior autonomia dos cidadãos na escolha de seus representantes. No Brasil, um dos grandes atores articuladores do processo de reivindicação foram os sindicatos de classes, a igreja e demais grupos sociais informais, cujo objetivo era de promover novamente o direito de expressão nos mais variados campos e formas, inclusive no viés eleitoral.

Segundo Bobbio (1998, p.68) “a expressão democrática representativa significa genericamente quais as deliberações coletivas, isto é, as deliberações que dizem respeito à coletividade inteira, são tomadas não diretamente por aqueles que delas fazem parte, mas por pessoas eleitas para esta finalidade”. Entretanto, com o passar dos anos, a população brasileira não compreendia mais a importância das eleições como deveria, no sentido de um canal real e democrático para exercer os direitos de escolha e tentativa efetiva de melhoria social e econômica.

As novas gerações compreendiam o período de manifestações como um ponto histórico distante de sua realidade, a ponto de muitos jovens interpretarem o direito de voto como um dispositivo obrigatório e desnecessário para suas vidas. Nesse sentido, os acontecimentos sociais ocorridos no primeiro semestre de 2013 no Brasil contribuíram de modo intenso para a construção de um novo cenário brasileiro e uma esperança de um novo modelo de

gestão pública, comunicação governamental e fiscalização dos atos e recursos públicos, por intermédio da sociedade civil e de novos formatos de controle e punição de envolvidos em práticas ilícitas dentro do contexto político nacional.

Após as manifestações sociais ocorridas no primeiro semestre de 2013, está sendo debatido nas esferas do poder novos parâmetros para transformar as eleições em um espaço mais competitivo e não tão dependente dos grandes grupos políticos brasileiros, dominante dos processos políticos e econômicos do país. Os três poderes nacionais foram envolvidos no computo das reivindicações: executivo, legislativo e judiciário. Para Oliveira (2013, p.49), “os movimentos sociais são exemplos de como a sociedade civil e seus atores se organizam e lutam por aquilo que consideram mais justo, apresentando novos padrões de aceitação cultural, de formação de identidade e de distribuição das riquezas”.

Habermas (2001) alinha esse pensamento com o seguinte posicionamento, de que a esfera pública com a participação dos movimentos sociais é uma instância coletiva de deliberação, onde os sujeitos podem refletir, ponderar e avaliar as razões apresentadas sobre uma determinada questão. Um novo momento se estabelece na relação do poder público com o poder privado no Brasil, sob o olhar eleitoral e governamental.

Em uma sociedade civil que se organiza, em torno de uma maior inserção no cenário social e político, legitimada, principalmente por dois fatores: a) a impossibilidade de resolução de grandes questões sociais globais, através apenas de ações governamentais ou de mecanismos de mercado; b) pela atual situação de descrédito nos sistemas de representação política (REIS, 2001, p.23)

O acompanhamento dos atores políticos em seus respectivos mandatos tende a sofrer mais pressão nas diretrizes e ações desenvolvidas, sendo um ponto positivo para a democracia e um desafio para os profissionais de comunicação



política e eleitoral, que devem potencializar ao máximo, estratégias de construção de imagem e gerenciamento de crise.

Novas tecnologias para um novo contexto democrático

A utilização das novas tecnologias de comunicação na articulação de manifestações sociais por países em todos os continentes do mundo apresenta um novo modelo de fluxo informacional que está potencializado pela capacidade convergente dos meios de comunicação, seja na relação de espaço, como na relação de tempo.

A velocidade da informação, potencializada pela tecnologia, está presente em muitos movimentos sociais pelo mundo democrático. Um exemplo recente desse impacto de articulação via tecnologia da comunicação foi o fenômeno da Primavera Árabe, iniciado em 2011 e cuja mobilização obteve força nas ruas por decorrências das redes eletrônicas. “As redes de comunicação horizontal baseadas na Internet são ativadas graças a sujeitos comunicativos que determinam tanto o conteúdo, como o destino da mensagem”. (CASTELLS, 2012, p.181).

Essa mesma lógica pode ser aplicada no Brasil, principalmente nos eventos ocorridos nos meses de maio e junho desse ano, períodos de maior intensidade e envolvendo representativa parcela dos brasileiros: seja nas manifestações realizadas em locais públicos ou pelo apoio de outras milhares, vias interfaces sociais da web. Na visão de Faria (2006, p.144), “mudou o mundo, mudaram os países, muda a sociedade, mudamos nós. Este processo de mudança permanente interfere no relacionamento entre pessoas, organizações, Estado e, se analisando do prisma evolutivo, também os avanços tecnológicos”.

Um ponto importante que deve ser considerado

com o real poder das tecnologias da comunicação é a possibilidade de proliferação informacional, tanto positiva como negativa. Nesse sentido, contribuem para o debate político, mas não é possível crer que somente essas interfaces e bases informacionais sejam suficientes para a construção de uma massa crítica nacional ampla e interventiva de fato, visto que o contexto educacional deve ser fortalecido de modo concomitante, com o objetivo de melhorar o grau de politização e formação dos brasileiros.

O Brasil é um país dimensionalmente e populacionalmente grandioso, inclusive com inúmeras diversidades comportamentais nos seus mais distintos estados da federação. As manifestações tiveram seu auge de participação no primeiro semestre de 2013 e apontou para todas as esferas do poder público, o descontentamento com relação aos inúmeros pontos que envolvem políticas públicas eficazes e direcionadas para o desenvolvimento econômico e com inclusão social.

Porém é importante compreender que foram milhares de solicitações pelo país, muitas foram acatadas pelos poderes representativos da República, mas criou um ambiente de entropia, no que se espera e o que é possível ser realizado em espaço tão curto de tempo. O que deve ser considerado pelos profissionais da área de comunicação é o grau de satisfação com relação às expectativas criadas com as pautas das ruas, e somente será possível fundamentar melhor esse quadro com o acompanhamento político e social dos próximos meses, inclusive nos meses mais próximos das eleições de 2014.

A articulação por meio das novas tecnologias influencia também na relação do brasileiro com o Estado e as instituições constituídas que o representam, no sentido de promover o interesse no acesso de informações até então omissas para a população do país e indisponíveis para acesso, presencial ou eletronicamente. Com a lei da Transparência Pública aprovada



e implantada desde 2011, bem como dezenas de organizações não governamentais que contribuem para a fiscalização do uso correto dos recursos públicos, as novas tecnologias dinamizam o fluxo informacional, intensificando o nível das pressões que podem ser realizadas junto aos representantes dos parlamentos do Brasil e governos do executivo.

Um fruto positivo das manifestações foi o fomento da sensação de participação cidadã nas novas gerações, que estavam incrédulas pelos acontecimentos negativos dos últimos anos, envolvendo corrupção e improbidade no gerenciamento dos recursos públicos em todo o país. As tecnologias somente são úteis quando está bem claro o seu fim e nesse sentido é interessante observar se o senso cidadão será integrado com a velocidade da informação e comunicação. Essa capacidade de produção informacional é descrita de modo objetivo por Habermas.

Os produtores da informação impõem-se na esfera pública através de seu profissionalismo, qualidade técnica e apresentação pessoal. Ao passo que os atores coletivos, que operam fora do sistema político ou fora das organizações e associações, tem normalmente menos chances de influenciar conteúdos e tomadas de posição dos grandes meios. (HABERMAS, 2003, p.110)

O planejamento comunicacional dos partidos para as eleições de 2014 não possuirá as mesmas características midiáticas de anos anteriores, principalmente depois da explícita demonstração popular de descontentamento dos partidos como instituições democráticas que representam ideológicas da população.

A população nas ruas demonstrou um descontentamento com os partidos políticos em geral. Esse cenário não favorece a relação dos eleitores, candidatos e partidos. O planejamento comunicacional das campanhas para 2014, provavelmente seguirão com mais zelo na escolha de candidatos, relação de ações comunicacionais entre partidos e população. Esse ponto é positivo e pode inibir grande parte de candidatos desqualificados para

ocupar cargos representativos, fortalecendo quadros com mais qualidade gerencial em todas as esferas do poder.

Os efeitos das manifestações também contribuíram para a mudança comportamental de significativa parte dos eleitores em todo o país. Muitos cidadãos antes incrédulos de seu papel interventivo na sociedade seguem mais participativos em canais informacionais: eletrônicos ou impressos que promovam produção de informações sobre o contexto político nacional. O Brasil sofreu por muitos anos, desde sua redemocratização no final da década de 80, o desinteresse gradativo das gerações mais jovens, que não compreendiam mais a política como um meio para melhorias sociais e econômicas.

Observando na atualidade, é possível verificar um eleitor mais atento na sua responsabilidade como cidadão e compreendendo com mais clareza e objetividade o seu papel na sua região e no seu país. Todavia, devemos observar como será a compreensão dos eleitores frente com as políticas públicas desenvolvidas pelos atores políticos pós-manifestação. Está muito claro para analistas da área que é impossível satisfazer grande parte das exigências da população e isso pode não ser bem compreendido pelos eleitores, criando novamente um ambiente de descontentamento, descrédito e desconfiança.

A utilização das novas tecnologias também favorecem mudanças em relação à percepção do conceito de cidadania pelo brasileiro e são contributivas em dois aspectos: o primeiro está relacionado ao acesso mais simples aos acontecimentos e, conseqüentemente, amplia a discussão de pontos relevantes da sociedade; o segundo ponto segue na lógica participativa e do senso coletivo, onde o usuário (eleitor) observa que é possível contribuir para uma rede de interessados em melhorar determinada condição social e sociedade como um todo.



Um novo cenário eleitoral para as eleições de 2014

As manifestações fomentaram um clima de descontentamento político em todo o país e isso se refletiu na aprovação dos governantes. A popularidade de grande parte caiu consideravelmente para patamares preocupantes, já que ocorrerão eleições no próximo ano e este fator de descrédito pode não permitir êxitos eleitorais. Os partidos que mais sofreram com esse afrontamento da população foram os que representam com mais força as polaridades partidárias no Brasil: O Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), cuja alternância no poder federal já ultrapassa quase duas décadas e sofre um desgaste natural de não transmitir novidade e nova capacidade de gerenciamento público.

Atores políticos que representam uma nova vertente política conquistaram mais identificação com as exigências da população e subiram nas intenções de voto, principalmente na corrida presidencial. Nesse ponto, cada vez mais, a exigência será voltada ao princípio da transparência pública. “A transparência, o direito à informação, a comunicação pública, o interesse coletivo e a cidadania são características democráticas essenciais para a organização e a estruturação de uma sociedade”. (MAINIERI, 2012, p.86)

A pré-candidata para a presidência Marina Silva, que disputou as eleições de 2010, pelo Partido Verde (PV), onde conquistou o terceiro lugar nas urnas, ganha espaço entre os eleitores e com o seu novo partido, busca conquistar o interesse dos públicos descontentes com as tradicionais alternâncias de poder.

Prévias eleitorais apontavam que antes do período das manifestações populares, o índice de popularidade da Presidenta Dilma Rousseff e de dois governadores dos maiores estados brasileiros, Sérgio Cabral, no Rio de Janeiro e Geraldo Alckmin, em São Paulo, superavam 50% de aprovação popular de suas gestões. No início do segundo semestre de 2013, mais

precisamente dois meses depois da primeira manifestação, realizada na cidade de São Paulo, a popularidade dos atores políticos citados não chegaram ao patamar de 30% de aprovação governamental.

Apesar de apresentar números dos atores políticos de maior visibilidade nacional, a rejeição política por parte da população atingiu todos os estados brasileiros, em todas as esferas eletivas do poder, das pequenas cidades até os grandes centros urbanos, dos executivos até o poder legislativo, por intermédio de seus parlamentares. Nesse sentido, a capacidade comunicacional dos atuais representantes deve ser alterada e potencializada, criando novamente um elo positivo de comunicação e construção de uma sólida relação entre eleitores e políticos eleitos.

Um desafio representativo que alterará a forma de se fazer política e comunicação de governo no país. Os políticos que compreenderem com maior eficácia as práticas estratégicas da comunicação política, certamente colherão frutos positivos nas disputas eleitorais. Um debate acentuado que está ocorrendo no país, principalmente entre os pesquisadores de comunicação e marketing político são as novas nuances estratégicas de comunicação e como interagir com os eleitores, sem prejudicar a aceitabilidade das imagens públicas: dos partidos políticos e candidatos.

Um ponto negativo apresentado nas ruas do foi uma visão difusa de muitos manifestantes, que não demonstravam claramente o que pretendiam que mudasse em uma agenda clara de reivindicações. Esse fato prejudica o processo, porque não fortalece pontos de negociação e cria um ambiente de tensão sem direcionamento, tanto pela parte dos representantes, como nos eleitores.

Considerações Finais



As manifestações ocorridas no primeiro semestre de 2013 em todos os estados da federação brasileira aumentou significativamente o grau de exigência dos eleitores e condicionou um novo cenário político nacional, modificando a forma que partidos, governantes e postulantes devem fazer política, tanto governamental como eleitoral.

A comunicação se torna então base estratégica cada vez mais relevante na forma de condução de um cenário de crises potenciais. A preocupação comunicacional se divide então em duas frentes, tanto na governamental como eleitoral, já que a credibilidade de políticos e partidos demonstrada pela população não apresentou resultados confortáveis e representativos.

Esse fator afeta diretamente na potencialização de candidatos que poderão participar na disputa eleitoral de 2014 e por esse motivo, no Brasil, grande parte dos partidos e pré-candidatos iniciam suas estratégias de comunicação ainda no período permitido pela Justiça Eleitoral brasileira, no sentido de homologação de suas candidaturas.

De modo conclusivo, desde o período da redemocratização brasileira em meados da década de oitenta, a população brasileira não demonstrava de modo tão amplo, seu descontentamento relacionados aos representantes políticos. Isso sugere que os sistemas: político, social e comunicacional público devem ser revistos, buscando uma moderação política democrática.

A base das manifestações ocorridas no primeiro semestre de 2013 demonstrou convergência tecnológica dos inúmeros recursos informacionais demonstrados em outros países do globo, delineando um cenário de extrema necessidade de compreender potencialidades e consequências do uso dos recursos de mobilidade e redes de interação.

Referências

BOBBIO, N. (1998). O futuro da democracia. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

CASTELLS, Manuel (2012). Comunicación y Poder. México: Siglo XXI.

FARIA, H. (1996). Comunicação Integrada e perspectivas. São Paulo: Atlas.

HABERMAS, J. (2003). Direito e democracia: entre facticidade e validade. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro

_____ (2001). A constelação pós-nacional. São Paulo: Littera.

OLIVEIRA, L. A. (2013). Espaço Público, política e ação comunicativa a partir da concepção habermasiana. In. MACEDO, R.G, PANKE, L., ROCHA, D. A mobilização social no contexto político e eleitoral. São Paulo: Editora Nova Consciência.

MAINIERI, T. (2006). Faces da cultura e comunicação organizacional. São Paulo: Difusão.

REIS, M. (2006). Sociedade, tecnologia e democracia. Rio de Janeiro: Mauad.



Autor

**Prof. Dr. Roberto Gondo
Macedo**
Profesor y investigador de
la Universidad Presbiteriana
Mackenzie
Brasil

r.gondomacedo@gmail.com

Pie de imprenta

**Fundación Friedrich Ebert
Stiftung**

Responsable

**FES Comunicación para América
Latina**
Calle 71 # 11 - 90
Bogotá, Colombia

omar.rincon@fescol.org.co

FES Comunicación

Es una unidad regional de análisis de la comunicación para América Latina de la Friedrich Ebert Stiftung.

Su objetivo es producir conocimiento para hacer de la comunicación una estrategia fundamental del diálogo político y la profundización de la democracia social. El conocimiento y la red de expertos de FES Comunicación apoyan el trabajo sociopolítico de la red de oficinas FES en América Latina.

Las opiniones expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente, los puntos de vista de la Friedrich Ebert Stiftung.