

*O ADVENTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO  
E COMUNICAÇÃO NO FOMENTO DA MOBILIZAÇÃO  
CIDADÃ E DA DEMOCRACIA: ANÁLISE  
DO MOVIMENTO PANELAÇO\**

---

*Alessandra de Castilho\*\**

*Universidade Metodista de São Paulo*

*Denilson Oliveira\*\*\**

*Universidade Federal do ABC*

*Mariella Batarra Mian\*\*\*\**

*Universidade Federal do ABC*

## RESUMO

A realidade contemporânea revela-se permeada pelas tecnologias de informação e comunicação. Essas são capazes de difundir as relações sociais nas redes virtuais da *internet*, sobretudo por meio das mídias sociais digitais. Diante deste contexto, o artigo aborda o espaço virtual de relacionamento como esfera pública democrática. Mostra-se o papel das mídias sociais digitais que permitem aos indivíduos maior reconhecimento de sua função política e de sua atuação social. Esses “cibercidadãos” utilizam-se dos novos aparatos tecnológicos para fomentar discussões de interesse público capazes de transcender o ambiente *online*. A proposta é compreender as peculiaridades do exercício da cidadania na conjuntura das mídias sociais *online*, a contribuição dessas mídias na incitação de ações participativas da sociedade e sua influência deliberativa nos processos da gestão pública. Para isso é analisada a repercussão de ações

---

\* Trabalho submetido ao GT 4, Imagem, Opinião Pública e Democracia do XII Congresso Brasileiro de Comunicação Política e Marketing Eleitoral, Juiz de Fora (MG).

\*\* Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, especialista em Comunicação Empresarial pela UMESP. Chefe de Assessoria de Comunicação e Imprensa da Universidade Federal do ABC e Coordenadora de Comunicação da POLITICOM. E-mail: [ale\\_castilho@hotmail.com](mailto:ale_castilho@hotmail.com).

\*\*\* Especialista em Gestão Pública pela Universidade Federal do ABC (UFABC), bacharel em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero e jornalista lotado no setor de Assessoria de Comunicação e Imprensa da UFABC. E-mail: [denilson77@hotmail.com](mailto:denilson77@hotmail.com).

\*\*\*\* Relações Públicas na Universidade Federal do ABC. Mestranda em Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do ABC. Especialista em Gestão de Marketing pela Fundação Armando Álvares Penteado - FAAP. Graduada em comunicação social: Relações Públicas – Unesp. Email: [mariellabm@gmail.com](mailto:mariellabm@gmail.com).

populares, fomentadas por cidadãos da cidade de Ribeirão Preto (interior de São Paulo), nas principais mídias sociais digitais da atualidade.

**Palavras-chave:** Mobilização; mídias digitais; Ribeirão Preto; Movimento Panelaço

## INTRODUÇÃO

Em dezembro de 2010, o pequeno comerciante tunisiano Mohamed Boauzizi ateou fogo ao próprio corpo em protesto pela expropriação da balança que usava para pesar as frutas e verduras que vendia. O gesto, embora nada banal, poderia ter se perdido na linha fina das notícias nos jornais que os colegas de Boauzizi usariam no dia seguinte para embrulhar as compras da freguesia que ocorre à praça central da pequena cidade de Sidi Bouzid todas as manhãs. Mas o gesto do homem autoimolado em praça pública, diante da insensibilidade estatal tão típica das ditaduras, deflagrou uma ruptura institucional que levou a Tunísia e outros países árabes a um ponto sem volta. Era a história com H maiúsculo que começava a acontecer.

Nos dias seguintes, manifestações deram voz a reivindicações que o regime ditatorial do presidente Zine Ben Ali não tinha mais como sufocar. Liberdade era o que o povo oprimido queria se pudéssemos resumir em uma só palavra o sentido dos gritos de guerra. Em pouco tempo, os levantes tunisianos se espalharam pela região. Arábia Saudita, Argélia, Bahrein, Egito, Iêmen, Iraque, Jordânia, Líbia, Marrocos, Omã e Síria sentiram em algum momento o ardor da chama que Boauzizi impingiu ao próprio corpo. O verdureiro não sobreviveu para testemunhar a reviravolta política que instaurou involuntariamente, mas a compreensão do alastramento da onda de revolta que invadiu o continente lança algumas luzes e muitos questionamentos acerca dos modos de difusão de informação no mundo contemporâneo.

No passado, um ato de protesto individual colocado em prática em uma cidade periférica de um país geopoliticamente periférico terminaria exatamente onde e como começou, com a comoção de seus colegas e familiares; talvez com uma nota do jornal e só. Seria inimaginável, até um passado recente, que um trabalhador humilde pudesse, ainda que com um gesto extremo, deflagrar uma insurreição de tal porte como a Primavera Árabe. Atualmente, a informação propaga-se tal como fogo em um rastilho de pólvora. Esse fenômeno ocorre em dois eixos principais. O primeiro se dá via mídia tradicional. Agências de notícias, rádios, jornais e principalmente redes de tevê operam em escala global. Em alguns minutos, um fato noticioso do norte da África pode ser guindado à escalada da CNN e suas congêneres. Outro polo de difusão encontra-se nas mídias sociais. Este trabalho visa analisar

o potencial agregador, questionador e multiplicador das demandas sociais dessa nova ferramenta de agrupamento humano.

Nas ditaduras que assistiram perplexas ao vicejar da Primavera Árabe, as mídias tradicionais encontram no indefectível aparato repressor dos regimes autoritários um empecilho gigantesco e brutal. Por outro lado, as mídias sociais serviram tanto de plataforma a fim de arregimentar participantes para as manifestações como meio de informar o resto do mundo sobre o que ocorria nos países convulsionados pelas manifestações.

Isso ocorre porque as mídias sociais são mais porosas às demandas sociais por se constituírem como um imenso mosaico de debate público. No *Facebook*, *Twitter* e outras redes, os usuários se inter-relacionam livremente sem mediação de profissionais de Comunicação como acontece com os meios de comunicação de massa tradicionais. Daí a agilidade que possibilita organizar atos de protestos e todo tipo de manifestação.

Gestados inicialmente como imensas brincadeiras ao ar livre, os *flash mobs* (manifestações relâmpagos e bem-humoradas combinadas pela *internet*) parecem claramente ter influenciado os artífices da Primavera Árabe no que diz respeito à sua forma de organização. Essa fonte de inspiração também serviu de base para os movimentos organizados via *web* que movimentaram a política da cidade de Ribeirão Preto em 2012.

### MOVIMENTOS DE MASSA AO LONGO DO TEMPO

No século 20, a humanidade assistiu à eclosão de incontáveis movimentos populares. Desde a Revolução Russa, passando pelo maio de 1968 e chegando até o movimento que culminou no *impeachment* do ex-presidente Fernando Collor, as manifestações populares reivindicavam a subversão da ordem vigente. Mas, além do caráter reivindicatório e contestador, há algo mais em comum entre os movimentos citados acima: eles possuíam um polo irradiador unívoco.

Por mais heterogêneo que pareça um grupo de manifestações, constituído pela Revolução Russa, as rebeliões juvenis do maio de 68 e a luta pela queda de Collor, não há dúvidas que todos os signatários desses movimentos saberiam apontar seus líderes. Mesmo as manifestações que tomaram conta de Paris e de toda a França em 1968, que aparentemente surgiam espontaneamente e sem uma elite dirigente, tinham na figura do jovem Daniel Cohn-Bendit o seu principal artífice.

O surgimento de lideranças verdadeiramente populares não era difícil de acontecer (...). Sobretudo com as situações de desespero vividas pelo povo, com o aumento do custo de vida, do desemprego e do desemprego social. Assim,

quando surgia alguém que falava a linguagem popular e condenava as injustiças sociais, logo era reconhecido pelo povo. Ele se tornava o porta-voz das angústias e anseios da população. Mas somente o tempo diria se a liderança que surgiu era autêntica ou visava apenas uma brilhante carreira política (FERREIRA, 2008, p.109).

Por outro lado, os supracitados Primavera Árabe e os movimentos de Ribeirão Preto pareciam guiados pela mão invisível da vontade popular. Difusas e heterogêneas, essas manifestações surgiram da concatenação entre diferentes graus de indignação surgidos na *internet*. Evidentemente, como em todo movimento popular, nesses também surgiram lideranças políticas tradicionais tentando surfar na onda de popularidade das manifestações. No entanto, o caráter imprevisível dos movimentos deixou claro que essas lideranças eram muito mais reféns dos acontecimentos, sobre os quais não tinham nenhum poder de influência, do que seus ideólogos.

As ações desses movimentos eram marcadas pela *internet*. Não havia líderes aos quais os simpatizantes deveriam se reportar. Vale ressaltar que, conforme Macedo e Castilho (2012), “A mobilidade tecnológica está diretamente relacionada com a cultura regional, pois é mais acentuada em contextos urbanos, onde o acesso tecnológico e as estruturas de telecomunicações propiciam e viabilizam o uso com qualidade”. Portanto todos que tomaram partido nos movimentos os seguiam sob o mesmo nível hierárquico e se aglutinavam sob a forma de uma frente ampla reivindicatória.

As frentes amplas têm a vantagem de não se submeter às conveniências do momento, como é o caso dos partidos políticos, e podem abarcar em suas hostes membros de variadas orientações ideológicas. Assim, partidários socialistas, comunistas, social-democratas radicais e ou apenas rebeldes contra a ordem vigente têm a oportunidade de se unir para ações pontuais.

Nos exemplos citados acima residem a um só tempo a força e a fraqueza desses movimentos. Como não são controlados por forças políticas tradicionais, correm sempre o risco de atuar alijadas das instâncias decisórias mais efetivas, como a Câmara Municipal no caso de Ribeirão Preto. A diversidade de orientação ideológica daqueles que os encampam também pode levar ao total imobilismo em termos de ação ou, sob outro aspecto, fazê-los assistir à usurpação de suas bandeiras por outros grupos socialmente mais organizados. Vale lembrar que, durante a Primavera Árabe, o caráter secular e laico das reivindicações cedeu espaço paulatinamente a ações de grupos de orientação islâmica radical.

Para o filósofo francês Gilles Deleuze (*apud* SAFATLE, 2012, p.35), o novo, ao aparecer, não se mostra por inteiro, pois, do contrário, se-

ria anulado pelas forças da ordem vigente. Ele, tal como um vírus insidioso, entranha-se em um organismo já doente e começa a operar mudanças para as quais as reações dos anticorpos do velho não podem mais refrear. A partir daí, o novo se instala com a ambição de tornar-se permanente e mostra-se por inteiro. Mas até que cheguemos a essa etapa são necessários muitos estágios preliminares nos quais o novo escamoteia-se com máscaras antigas angariando picos de insatisfação a conta-gotas até que a novidade pareça - e apenas pareça - irromper feito um clarão.

Em 1917, na Rússia, o novo, travestido de revolução liberal-burguesa, destituiu do poder o autocrático regime czarista. No período que ficou conhecido como revolução de fevereiro, instalou-se um governo provisório que tinha como compromisso manter a propriedade privada e a participação do país na Primeira Guerra Mundial. No entanto, o soviete de Petrogrado reivindicava para si o direito de governar a Rússia. Então uma nova onda de insatisfação popular combinada ao talento estratégico de Vladimir Lênin guindou os bolcheviques ao poder. Tempos depois era criada a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas, um estado que ganhou *status* de potência mundial após a Segunda Guerra Mundial e durou até 1991.

Embora tenha ruído no início da década de 90, o estado soviético serviu de referência para a criação de inúmeras experiências socialistas mundo afora e nunca deixou, de fato, de exercer influência sobre partidos comunistas de outros países - mesmo naqueles mais distantes da realidade soviética, como o Brasil. Esse acontecimento paradigmático da história do século 20 tornou-se possível, em parte, pelo alto poder de aglutinação dos operários e camponeses russos da época. Em tempos pré- midiáticos, Lênin e seus partidários souberam fomentar e canalizar a crescente insatisfação social a ponto de chegar ao poder e promover uma das mais conhecidas revoluções do século 20.

Em 1992, no Brasil, o novo floresceu nas tintas guache que os estudantes usavam para pintar o rosto nas manifestações que pediam a queda do então presidente Fernando Collor. Após a primeira eleição presidencial direta depois do fim da ditadura militar, as acusações de corrupção contra o governo não paravam de crescer. Algumas delas apontavam para estreitas ligações entre Collor e o seu ex-tesoureiro de campanha Paulo César Farias. Não demorou muito e uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) foi aberta para apurar as denúncias. Lideradas pelo PT, as investigações trouxeram uma sucessão de escândalos para a primeira página de jornais e revistas.

Paralelamente às investidas petistas no Congresso, a União Nacional dos Estudantes (UNE) organizava manifestações que pediam a saída do presidente. Marcadas pelo profundo desencanto com o governo, as mobilizações populares ganharam as ruas do país. Seus membros ficaram

conhecidos como os caras-pintadas, em referência ao rosto colorido com tinta que usavam durante as passeatas.

Collor não resistiu à pressão popular e acabou deposto. Os caras-pintadas contaram com amplo apoio da mídia. Suas manifestações foram anunciadas pela principal emissora de televisão do país, a *Rede Globo*, e a maior revista, a *Veja*, deu a eles a capa da publicação, com uma matéria bastante favorável. Esse apoio lhes garantiu uma enorme visibilidade e repercussão de seus atos e também facilitou o diálogo com outros estratos da sociedade que não estavam mobilizados.

Portanto podemos adiantar que, nas típicas manifestações do século 20, aqueles que não extrapolavam a mera condição de simpatizantes tinham pouca ou nenhuma capacidade de influenciar as ações dos movimentos. Por outro lado, na Primavera Árabe e nos movimentos de Ribeirão Preto, a *web* permite alta interatividade entre aqueles que, por impossibilidades de tempo e horário, não podem participar fisicamente das ações.

Esses ativistas não-presenciais participam ativamente da elaboração das estratégias das manifestações mesmo sem efetivamente estarem nas ruas quando as grandes mudanças são operadas. Os movimentos de massa modernos estariam estabelecendo uma nova forma de militância ao mesmo tempo distanciada e extremamente atenta. Distanciada fisicamente e atenta graças aos instrumentos virtuais.

### MÍDIAS TRADICIONAIS X MÍDIAS ONLINE

O estouro da bolha comunicativa iniciado no final do século passado alterou profundamente a dinâmica das sociedades no que diz respeito aos seus valores, gostos, atitudes e crenças que, de repente, viram-se instigados a fazer parte de uma nova cultura de relacionamento que se alastrava por todo o mundo. Na contemporaneidade, cresce uma inquietação relacionada à carência por informação ao mesmo tempo em que se multiplicam os formatos e canais de comunicação. Neste cenário as mídias tradicionais e *online* se posicionam como importantes instrumentos de estímulo ao debate, confronto de opiniões, à consciência e ao exercício da cidadania.

Tem-se, portanto uma noção bastante clara do papel da mídia voltado ao diálogo público dos temas de interesse da sociedade. Para Robson Anderson, Robert Dardenne e George Killenberg (*apud* TEIJEIRO, 2000. p.230-231):

A função principal do jornalismo não deveria ser nem informar nem entreter. No nosso ponto de vista, a função principal do jornalismo – e único modo que possui para sobreviver como uma instituição viável dentro do espaço público é a de assumir a responsabilidade de estimular o diálogo público acerca dos

temas que interessam ao público democrático. O jornalismo deve converter-se, em outras palavras, em um foro de discussão.

Propõe-se, portanto, pensar a comunicação, bem como o trabalho da mídia com vistas a uma nova função dentro do ambiente democrático voltado ao fortalecimento da vida cívica. “A democracia requer debate público, não informação. A informação, geralmente concebida como a pré-condição de todo o debate, não é, sem dúvida, senão que o seu resultado” (MIHAILIDIS, 2003, p. 58).

Porém, vale ressaltar que o acesso à informação cada vez mais facilitado e dinâmico, tem permitido ao leitor uma busca por informações em diferentes fontes e o confronto de ideias que até pouco tempo não era possível sem o advento das tecnologias da comunicação.

Uma pesquisa realizada em 2011 pelo Instituto Sensus, tentando descobrir os hábitos dos brasileiros na *internet*, mostrou que a *internet* já é fonte de informação para 16% dos brasileiros, o que representaria, segundo a pesquisa, 21 milhões de leitores. Este número mostra que a *internet* é muito mais que a representação de um avanço tecnológico e é compreendida como fenômeno social, uma vez que tem sido responsável pela formação de novas interações sociais, antes impossibilitadas pelas limitações geográficas.

A *internet* é a única mídia que permite combinar o poder da comunicação de massa de emitir uma mensagem e alcançar grande audiência com as possibilidades de interação e feedback. A *internet* oferece meios de anunciar produtos, vendê-los, responder a solicitações dos consumidores e finalmente fidelizá-los; os pontos fortes dessa nova mídia são: a interatividade, flexibilidade, monitoramento e segmentação (CASTRO, 2000, p.3).

É, portanto, importante observar o papel cívico da *internet* que, dependendo da forma que é utilizada pela sociedade, pode funcionar como uma ferramenta eficaz para a disseminação de ideias e ideologias.

Mobilidade e conectividade não são conquistas tecnológicas recentes: são parte natural do mundo, como os automóveis ou a coca-cola. Também para os jovens, a construção do conteúdo pelo usuário, tem uma ética mais forte do que os meios que emanam da radiodifusão. Cerca de 32 % dessa turma confia plenamente no que está sendo postado por outra pessoa, individualmente, tanto em blogs, quanto em sites de compartilhamento. Sejam indicações culturais, informações objetivas ou relatos de experiências. A confiança no que está sendo dito pela mídia é bem menor (HOINEFF, 2007, p...).

Essa é a principal diferença da *internet* entre as demais mídias tradicionais, e o que exatamente a coloca como objeto de estudo de pesquisadores que buscam por mais informações sobre as novas redes de relacionamento que são geradas sobre essa nova plataforma de comunicação que abre um espaço para discussões e debates. Recuero (2004, p.7) defende que “funcionam com o primado fundamental da interação social, ou seja, buscando conectar *peessoas* e proporcionar sua comunicação e, portanto, podem ser utilizadas para forjar laços sociais”.

Vê-se que o acesso à informação tem no advento das novas tecnologias da *internet* um aliado para que se construa o que Castells propõe como sociedade organizada, tendo a tecnologia como mediadora da comunicação entre as pessoas. O que ocorre, portanto, é que com a *internet* surge um processo de democratização da informação, fazendo com que ela saia de centros específicos para atingir os pólos. Para Nunes (2009, p,...),

as redes sociais fizeram com que as pessoas tivessem maior liberdade de expressão. (...) as pessoas poderiam usar isso de forma mais interessante. Existem na rede movimentos bastante positivos, por exemplo, em apoio à saúde da mulher. Então, utilizar as redes sociais para dar vazão à indignação pode ser ruim, mas tem lados positivos. As redes sociais têm essa dimensão que é muito boa. É a possibilidade de expressão.

O que difere a divulgação de informações nas mídias tradicionais, da realizada pela *internet*, ou seja, não por jornalistas formadores de opinião, mas sim pela sociedade em geral, é que ela não tem compromisso com a isenção opinativa e parte para expressão de opiniões que trazem em seu cerne manifestações muitas vezes ideológicas.

Com a chegada da *internet* ocorreram mudanças expressivas nos meios de interação social, principalmente, a partir da década de 1990 em que esse fenômeno transcendeu seus objetivos militares e começou a ser incorporado pela sociedade como um todo (LAMBLET, 2012). A partir desse período, as pessoas passaram a comunicar-se, a buscar e produzir informações no ambiente *online*. Esse momento representa um marco nos processos de interação da humanidade, principalmente diante do surgimento das mídias sociais digitais.

Para Santos (2012), a *internet* deixou de ser uma rede de computadores e passou a ser uma rede de pessoas. Mainieri e Ribeiro (In OLIVEIRA e MAR-CHIORI, 2012, p.248) complementam esse pensamento: “[...] observa-se que o surgimento das mídias sociais acarreta mudanças nas formas de se pensar e de se fazer a comunicação e, conseqüentemente, nas formas de interação social.”.

Mesmo durante seus momentos menos interativos, as mídias *online* já permitiam processos comunicacionais mais dinâmicos e inovadores entre usuários e rede do que aqueles proporcionados pelas mídias tradicionais (TV, Rádio, Revistas etc.). Neiva, Bastos e Lima dizem que:

[...] a comunicação e a interação não podem ser considerados fenômenos novos. Desde o surgimento da linguagem e da vida em sociedade, são atividades inerentes aos seres humanos. A inovação está na utilização cada vez mais intensa, das tecnologias da informação e comunicação para a produção e circulação de mensagens (NEIVA, BASTOS E LIMA, 2012, p. 191).

A nova forma de comunicar-se, livre e sem mediações, tem ocasionado a própria convivência em sociedade. O “falar” teria conquistado uma desejada autonomia ao prescindir da intermediação dos processos e da propriedade da mídia clássica.

Ninguém mais aceitaria hoje em dia uma sociedade excessivamente hierarquizada, autoritária, em que não se tivesse a possibilidade de exprimir-se, falar, dar sua opinião. Esta é a mudança: todo mundo acha normal *dar a sua opinião*, mesmo se admitimos cada vez mais rapidamente a necessidade de aprender a coabitar com opiniões divergentes (WOLTON, 2006, p. 101).

Para Martini (*apud* ROSSI, 2011) as mídias sociais contemporâneas, assim como as ágoras de Atenas, porém em uma plataforma virtual, são espaços em que os indivíduos expõem suas ideias, debatem e trocam experiências. Um aspecto enfatizado pelas autoras Lemos e Santaella (2010) é a questão temporal dessas mídias contemporâneas e sua mobilidade contínua. A cultura do *always on* reforça o conceito da *internet* colaborativa e representa exatamente a participação ativa dos usuários na *internet*, não mais apenas como observadores, mas sim como coautores e críticos das informações.

Assim, Terra apresenta um conceito esclarecedor sobre o perfil do usuário participativo nas mídias sociais, ela o denomina “usuário-mídia” e define:

Entendemos que o usuário-mídia é um *heavy user* tanto da internet como das mídias sociais e que produz, compartilha, dissemina conteúdos próprios e de seus pares, bem como os endossa junto às suas audiências em blogs, microblogs, fóruns de discussão on-line, comunidades em sites de relacionamento, chats, entre outros. Acreditamos que existam níveis de usuário-mídia: os que apenas consomem conteúdo e replicam; os que apenas participam com comentários em iniciativas on-line de terceiros; e os que de fato produzem conteúdo ativamente (TERRA, In CORREA, p. 53, 2012).

Diante dos aspectos apresentados, percebemos a forte tendência dos usuários em utilizarem as mídias sociais como forma de expressar livremente suas ideias e de se aproximarem ativamente de questões globais de âmbitos políticos, econômicos, culturais, sociais e ambientais. Silveira (2009, p.84) lembra que a extinção dos *gatekeepers* (cancelas ou filtros presentes no modelo de comunicação de massa), está intrínseca na regra universal da *internet*, graças à chamada cultura *hacker* (Castells, 1999).

Dahlgren (2009) em seus estudos também leva em conta tanto as transformações proporcionadas pela *internet* nas práticas sociais, quanto os limites que constroem o pleno uso democrático das redes ancoradas na tecnologia. O autor mostra-se preocupado com a concretude do potencial cívico da *internet* diante da constatação de que o cenário da política continua o mesmo, ancorado no sistema formal e tradicional.

Aeste novo espaço Bauman (2003, *apud* Costa, 2005) associa a ideia de comunidades, onde a segurança de pertencer às comunidades reguladas por relacionamentos face a face teria se perdido, sucumbido a relações mais extensivas, sem vínculos claros de solidariedade e confiança. O avanço das tecnologias de comunicação que descaracterizam as relações teriam então conduzido os indivíduos à perda daqueles laços de pertencimento.

Silveira (2009, p.72) salienta que a nova noção desse espaço de comunicação (virtual e abstrato) é antagônico à rigidez do local geográfico, mas esclarece que mais importante do que reconhecer essas diferenças é compreender “como o poder se manifesta em um espaço físico e em um espaço lógico”.

Na visão de um universo eletrônico virtual com o real, a linguagem, o mundo cultural e a ciência remetem a uma relação com o contexto por meio da percepção. São expressões do mundo com as quais passamos a contar assim como contamos com o chamado “mundo natural”. Engajamo-nos com esse mundo intersubjetivo da mesma forma do que nos engajamos com qualquer outro fenômeno, ou seja, de maneira ambígua e com todas as possibilidades de interação virtual (JOS- GRILBERG, 2004, p.117).

Tem-se, portanto, como principal diferença da comunicação praticada nas décadas passadas, por meio das mídias tradicionais, um maior envolvimento e engajamento dos leitores que passaram a ser, também, produtores de conteúdos e construtores da *agenda setting*.

### CONTEXTUALIZAÇÃO SÓCIO-POLÍTICA DE RIBEIRÃO PRETO

Localizada no interior do Estado de São Paulo, Ribeirão Preto fica aproximadamente a 310 quilômetros da capital paulista e desponta como

destino de negócios, com feiras e exposições de escala mundial, como a Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação - Agrishow. É também um grande polo de educação e saúde do Brasil, com instituições referenciadas. Destacam-se, por exemplo, a Universidade de São Paulo (USP) e o Hospital das Clínicas.

De acordo com o Censo 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a cidade possui cerca de 600 mil habitantes e um elevado nível de renda *per capita* (aproximadamente R\$ 1.050,00) (CIDADES, 2013). Esse panorama reflete o potencial econômico que a cidade representa em âmbito nacional. Dados apresentados em dezembro de 2012, pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), apontaram Ribeirão Preto como a sexta melhor cidade no país para viver-se. (FIRJAN, 2013). O índice evidenciou a qualidade dos níveis de emprego, educação e saúde apresentados pela cidade.

Contudo, mesmo diante de um cenário aparentemente favorável ao desenvolvimento do município, uma parcela significativa dos cidadãos ribeirão-pretanos, mostra-se insatisfeita com a administração pública. É o que aponta a “pesquisa de qualidade de vida 2012<sup>1</sup> (SCHOOL, 2013)”, realizada pela Fundace<sup>2</sup> em parceria com a ACIRP<sup>3</sup>. Dentre outros itens analisados, os dados da pesquisa mostraram que a expectativa dos cidadãos com relação à atuação da prefeitura ficou abaixo do registrado em 2009. Enquanto no início do primeiro mandato 61,2% da população acreditava que a cidade poderia melhorar com a atuação da prefeita Darcy Vera (PSD), em 2012 esse mesmo quesito obteve queda no índice, registrando apenas 46,9%.

Outro aspecto negativo apontado mais uma vez pela pesquisa foi que a maior parte da população acredita que os investimentos públicos são mais direcionados aos ricos do que aos pobres (65%) e que a aplicação dos recursos atendem mais a interesses dos políticos do que à população (73%).

Neste cenário, a Prefeitura e, principalmente, a Câmara Municipal foram as instituições que receberam o menor índice de confiança por parte dos entrevistados com notas médias de 5,88 e 5,30, respectivamente. Com relação ao desempenho dos vereadores, a avaliação mostrou que a expectativa dos cidadãos varia de neutra a negativa.

---

<sup>1</sup> Esse levantamento é realizado desde 2009, e apresenta o comparativo dos resultados entre todas as edições da pesquisa.

<sup>2</sup> Fundação para Pesquisa e Desenvolvimento da Administração, Contabilidade e Economia de Ribeirão Preto.

<sup>3</sup> Associação Comercial e Industrial de Ribeirão Preto.

Todavia o descontentamento dos cidadãos de Ribeirão Preto não é explicitado somente por meio de pesquisas como a citada acima. Há também um número relevante de pessoas que se mobilizam em prol do exercício da cidadania e de objetivos comuns da sociedade. Nesse contexto, o advento das mídias sociais *online* mostra-se capaz de fomentar, na esfera virtual, movimentos presenciais que vem implicando e repercutindo efetivamente na administração pública da cidade.

### MOVIMENTO DO PANELAÇO

Diante da insatisfação da população de Ribeirão Preto em relação à gestão e fiscalização do município, alguns cidadãos buscaram nas mídias sociais, principalmente por meio da plataforma *Facebook*, promover debates e incitar a participação popular em assuntos de interesse público. Daí surgiu, no começo de 2012, a página no *Facebook* denominada “Movimento Panelaço”. De acordo com a descrição disposta na própria página: “O Movimento Panelaço é uma iniciativa da sociedade civil, sem vínculos com partidos políticos, que busca de forma pacífica fortalecer a participação da sociedade nas decisões políticas” (PANELAÇO, 2013).

As primeiras participações pelo *Facebook* deram-se logo após os vereadores da cidade votarem a favor dos aumentos do número de cadeiras na Câmara (de 20 para 27) e de seus salários em quase 40%, o que os garantiriam um salto de R\$9,2 mil para R\$12,9 mil por mês. (MATA, 2013a) Naquele momento, março de 2012, os cidadãos iniciaram a mobilização para que ambas as decisões fossem revogadas. Organizaram-se no ambiente *online* e elaboraram uma moção de repúdio às decisões dos políticos. Entretanto, quando foram entregar a referida moção ao presidente da Câmara, o vereador Cícero Gomes, seu assessor a rasgou e jogou no lixo. Esse episódio fomentou ainda mais revolta nos envolvidos com o movimento, que enviaram uma carta à Câmara em nome dos cidadãos de Ribeirão Preto. Abaixo segue trecho da carta:

[...] tal ato descabido só pode ser reflexo do desprezo que os membros desta Casa têm para com a opinião do povo, a democracia e o exercício da cidadania [...] vimos exigir desta casa a revogação imediata do aumento do subsídio dos vereadores e a revogação da emenda à Lei Orgânica Municipal de n. 39, que aumentou o número de vereadores na Câmara. Por fim, exigimos, ainda, a retratação imediata do presidente desta Câmara Municipal pelo ato atentatório à democracia praticado por seu assessor que destruiu um documento de manifestação popular. (PANELAÇO, 2013)

O presidente da Câmara, assim como a prefeita Darcy Vera não se manifestaram a respeito das reivindicações populares. Essa omissão do poder público ampliou o movimento e os cidadãos de Ribeirão Preto se organizaram para realizar novos “Panales” em sessões da Câmara Municipal. Nas primeiras manifestações a indignação do povo expressa em cartazes, apitos e nos rostos pintados foram ignoradas pelos parlamentares que encerravam as sessões rapidamente sem dar satisfação aos manifestantes.

Em prol dessas causas foram realizadas oito manifestações, todas organizadas no ambiente virtual. A mídia local acompanhou de perto esse movimento: “Moradores de Ribeirão Preto (SP) resolveram ir às redes sociais na internet para protestar contra os políticos da cidade.” (G1, 2012a). No dia 12 de abril de 2012, ocorreu o quinto panales, que foi marcado pelo “Enterro da Ética”. Na página do *Facebook* os usuários revelaram o seguinte: “Foi com triste pesar que, depois de quatro panales, descobrimos que a ética não reside mais naquela casa (Câmara). Ribeirão Preto amanhece mais triste e chora sua democracia agonizante” (G1, 2013c).

Somente após repercussão em filiadas de grandes emissoras da mídia tradicional - *Band* e *Rede Globo* – os vereadores se posicionaram perante a sociedade. Entretanto seus primeiros esforços restringiam-se em tentar provar à população que o aumento de seus salários e do número de cadeiras na Câmara eram medidas cabíveis e justificáveis. Mas, não convenceu. Os engajados no movimento mantiveram postura rígida e não permitiram que as reivindicações entrassem no esquecimento.

Além da constante pressão popular, consolidada pela página do *Facebook*, um dos propulsores que pode ter motivado os parlamentares a darem os primeiros passos para renegociar suas decisões, foi a influência do movimento na mídia, gerando inclusive, pauta para veículos de abrangência nacional, como o jornal da *Rede Globo*, *Bom Dia Brasil* que, na edição do dia 25 de maio, apresentou uma matéria sobre o caso da cidade paulista (BORBA, 2012).

Mesmo não acatando completamente as reivindicações populares e com alguns desacordos entre os próprios vereadores, foram votadas medidas que, ao invés de revogar, amortizaram as decisões anteriores. Em primeira instância estavam aprovadas 27 vagas de vereadores na cidade. Após a pressão popular do “Movimento Panales” esse número diminuiu para 22. Do mesmo modo ocorreu com o valor do aumento salarial dos parlamentares, que declinou de 40 para 17,9 pontos percentuais. (YAMADA, 2013).

Em entrevista sobre a repercussão do movimento, o sociólogo Delson Ferreira declarou: “O vínculo virtual tem cada vez mais força política. É medíocre quem pensa que um grupo no *Facebook* não muda nada. A internet é um facilitador para o encontro dessas pessoas que pensam de maneira igual e vão agir juntos pelos seus ideais” (G1, 2012b). Mesmo não atingindo

os objetivos plenos do movimento, os ribeirão-pretanos perceberam que as mídias sociais *online* desempenharam um papel fundamental para que o exercício da cidadania lhes fosse garantido. Os líderes do movimento optaram por continuar com a página no *Facebook* e atualmente a página possui quase cinco mil seguidores e bastante representatividade na mídia local

A legião de curtidores mantém-se atenta e atualizada sobre os acontecimentos políticos da cidade. Outras manifestações articuladas no ambiente online pelos seguidores da página “Movimento Panelaço”, continuam ocorrendo e repercutindo nos principais jornais e emissoras de televisão da região. Sempre que necessário uma parcela dos cidadãos de Ribeirão Preto se articula no mundo virtual para cobrar, presencialmente, ações e respostas de seus governantes.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda que não tenham resultado em deliberações diretamente relacionadas às manifestações iniciadas pelas redes sociais, as ações e discussões fomentadas por meio das mídias sociais como “A Primavera Árabe” e o “Panelaço”, bem como as reivindicações populares em praças públicas ou em sessões da Câmara Municipal evidenciam a capacidade que as mídias sociais digitais possuem de mobilizar, influenciar e articular rapidamente pessoas de diferentes localidades em prol de objetivos comuns.

Portanto, olhando do ponto de vista da *internet* como espaço de discussão, uma consideração final válida é que, ainda que falte maturidade em sua utilização, começam a surgir exemplos de manifestações da sociedade com o poder de gerar discussões públicas importantes para o bem estar social. Os atores que antes não tinham voz estão percebendo que é possível sim despertar a opinião pública para temas relevantes paupando a mídia mais tradicional, que até pouco tempo era quem pautava as discussões.

Assim, é possível inferir que, mais que fomentar a participação na rede, os aparatos tecnológicos possuem função de articular os cidadãos dispostos a discutir e participar das discussões de interesse público. Parece haver, portanto, entendimento sobre as possibilidades inovadoras dessa tecnologia que transforma o cidadão em autor e o credencia, tecnicamente, ao debate.

### REFERÊNCIAS

ÁLVAREZ TEIJEIRO, Carlos. **Comunicación, democracia y ciudadanía** – fundamentos teóricos del PublicJournalism. Buenos Aires, AR.: CICCUS – La Crujía, 2000.

BORBA, João Carlos. **Ribeirão Preto (SP) se mobiliza contra aumento do número de vereadores**. Ribeirão Preto, 25 mai. 2012 Disponível em: <<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/>

noticia/2012/05/ribeirao-preto-sp-se-mobiliza-contr-aumento-do-numero-de-vereadores.html >. Acesso em: 12 mar. 2013

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Álvaro. **Propaganda e mídia digital: a web como a grande mídia do presente**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

CIDADES, IBGE. **Censo 2010**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 25 mar. 2013

CORREA, Elizabeth Nicolau Saad. (Org.) **Curadoria digital e o campo da comunicação**. 1. ed. São Paulo: Eca- USP, 2012.

COSTA, Rogério da. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. **Interface – Comunicação, Saúde, Educação, CIDADE**, v.9, n.17, p.235-48, mar.-ago. 2005.

DAHLGREN, Peter. **Media and Political Engagement**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

FERREIRA, Jorge. Brizola em panfleto: As ideias de Leonel Brizola nos últimos dias do governo de João Goulart. **Projeto História**, São Paulo, n.36, p. 103-122, jun. 2008.

FIRJAN, Índice. **Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal, ano 2010**. Disponível em:

<<http://www.firjan.org.br/ifdm/consulta-ao-indice/consulta-ao-indice-grafico.htm?UF=SP&IdCidade=354340&Indicador=1&Ano=2010>>. Acesso em: 20 mar. 2013

G1, Portal. **Grupo usa Facebook para marcar painel contra Câmara de Ribeirão**. Ribeirão Preto, 26 mar. 2012a Disponível em: <<http://m.g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/noticia/2012/03/grupo-usa-facebook-para-marcar-panelaco-contr-a-camara-de-ribeirao.html>>. Acesso em: 10 mar. 2013

G1, Portal. **População usa redes sociais e muda decisões políticas no interior de SP**. Ribeirão Preto, 15 mai. 2012b Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/noticia/2012/05/populacao-usa-redes-sociais-e-muda-decisoes-politicas-no-interior-de-sp.html>>. Acesso em: 10 mar. 2013

G1, Portal. **Quinto protesto contra vereadores de Ribeirão Preto terá “enterro da ética”** Ribeirão Preto, 12 abr. 2012c Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/noticia/2012/04/quinto-protesto-contr-a-vereadores-de-ribeirao-preto-tera-enterro-da-etica.html>>. Acesso em: 10 mar. 2013

HOINEFF, Nelson. **Juventude e televisão: quando a inteligência está na cauda**. Observatório de Imprensa, França, Ano 18 - nº 827, 2007. Disponível em: <[http://200.169.104.103/news/view/quando\\_a\\_inteligencia\\_esta\\_na\\_cauda](http://200.169.104.103/news/view/quando_a_inteligencia_esta_na_cauda)>. Acesso em: 05/12/2014.

JOSGRILBERG, Fábio. Estratégias de inclusão digital e táticas cotidianas: o caso acessa São Paulo. In: MELO, José Marques; TARSITANO, Paulo; GOBBI, Cristina; SATHLER, Luciano. (Orgs.). **Sociedade do Conhecimento: aportes latino-americanos**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2004.

LAMBLET, Livia. **Dia Mundial da Internet**. Disponível em: <<http://livialamblet.com/dia-mundial-da-internet/>>. Acesso em: 29 set. 2012.

MACEDO, Roberto; CASTILHO, Alessandra. Literatura impressa na cultura urbana contemporânea: Análise da Rede de Bookcrossing no Brasil. Pesquisa apresentada no **Comunicon 2012**, São Paulo – SP, ESPM, 2012. Disponível em: <[http://www.espm.br/download/Anais\\_Comunicon\\_2012/Comunicon.swf](http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2012/Comunicon.swf)>. Acesso em: 05/12/2014.

MAINIERI, Tiago; RIBEIRO, Eva. As implicações das mídias sociais na comunicação organizacional. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MARCHIORI, Marlene. (Orgs.). **Redes Sociais, Comunicação, Organizações**. 1. ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2012.

MATA, Leandro. **Petição na internet quer barrar salário 40% maior de vereadores em Ribeirão**. Ribeirão Preto, 24 mar. 2012 Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/noticia/2012/03/peticao-na-internet-quer-barrar-salario-40-maior-de-vereadores-em-ribeirao.html>>. Acesso em: 10 mar. 2013

MIHAILIDIS, Basile Emmanouel. **O jornalismo público e a mídia impressa no Noroeste Paulista: Estudo dos jornais regionais em Araçatuba – SP**. 2003, N. DE FOLHAS Tese de Doutorado do Programa em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2003.

NEIVA, Rodrigo César S.; BASTOS, Fernanda de Oliveira Silva; LIMA Fábila Pereira. A perspectiva relacional das redes sociais no contexto da comunicação organizacional. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MARCHIORI, Marlene. (Orgs.). **Redes Sociais, Comunicação, Organizações**. 1.ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2012.

NUNES, Sandra Regina. **Críticas nas Redes Sociais sobre tratamento de Lula desnudam preconceito contra ascensão do ex-presidente, avalia pesquisadora da USP**. Disponível em: <http://bahiaempauta.com.br/?p=50052>. Acesso em: 05 mar. 2013. No texto a data é 2009

PANELAÇÃO, Movimento. **Página do Movimento Panelaço no Facebook**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/movimentopanelaco?fref=ts>>. Acesso em: 05 mar. 2013

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes Sociais na internet: considerações iniciais**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004, Porto Alegre,. Anais eletrônicos. São Paulo: Intercom, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-redes-sociais-na-internet.pdf>>. Acesso em: 05/12/2014.

ROSSI, Claudia Mídias Sociais: rumo à democracia participativa? **Revista Sociologia**, São Paulo, n.37, p.12-19, 2011.

SAFATLE, Vladimir. Ensaio de Orquestra. Revista Cult. Nome da revista por extenso n. 169, p. 35-38, 2012.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTOS, Cristiano. Marketing Colaborativo. In: BRAMBILLA, Ana. (Org.). **Para entender as Mídias Sociais – Volume 2**. Salvador: Edições VNI, 2012.

SCHOOL, Fundace Business. **Fundace realiza mais uma pesquisa sobre qualidade de vida em Ribeirão Preto**. Disponível em: <[http://www.fundace.org.br/noticia\\_detalhe.php?id\\_noticia=213](http://www.fundace.org.br/noticia_detalhe.php?id_noticia=213)>. Acesso em: 20 mar. 2013

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. Esfera pública interconectada, *blogosfera* e redes sociais. In: **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro: e-papers, 2009.

YAMADA, Gabriela. **Câmara de Ribeirão Preto (SP) define 22 vereadores para 2013**. Ribeirão Preto, 16 mai.2012 Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/ribeiraopreto/1090940-camara-de-ribeirao-preto-sp-define-22-vereadores-para-2013.shtml>>. Acesso em: 12 mar. 2013.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.