



Artigo

**A Luta pela Visibilidade na Campanha ‘Ficha Limpa’:
mídia, movimentos sociais e combate à corrupção política no
Brasil contemporâneo**

*The Struggle for Visibility in the ‘Clean Record’ Campaign:
media, social movements and the fight against political
corruption in contemporary Brazil*

*La Lucha por la Visibilidad en la Campaña ‘Ficha Limpia’:
medios, movimientos sociales y lucha contra la política de
corrupción en el Brasil contemporáneo*

*La lutte pour la visibilité dans la campagne ‘Feuille Propre’:
médias, mouvements sociaux et lutte contre la corruption
politique au Brésil contemporain*

Thiago Guimarães¹

¹ Possui graduação em Comunicação Social, ênfase em jornalismo, pela Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil, e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil. É editor especialista na Rede Globo de Televisão. Atuou como produtor e editor-assistente da BBC Brasil em Londres e em São Paulo. Foi coordenador-adjunto no jornal Folha de S.Paulo, editor de conteúdo web sênior na Rede Globo e correspondente do iG em Salvador (2011). Atuou como correspondente da Folha de S. Paulo em Belo Horizonte e em Buenos Aires.

Resumo

Este artigo analisa a relação entre mídia e movimentos sociais a partir da trajetória da campanha Ficha Limpa (2008-2010), que resultou na coleta de 1,3 milhão de assinaturas e aprovação de projeto de lei de iniciativa popular que tornou mais rígidos os critérios para postulação de candidatos em eleições no Brasil. Inicialmente apresenta-se uma proposta de abordagem comunicacional dos fenômenos sociais, a captá-los em processos de interação entre sujeitos em produção e interpretação de sentidos. Discute-se aspectos da relação entre mídia e democracia. Argumenta-se, a despeito do reconhecimento do cenário de crise na comunicação pública contemporânea, pela manutenção do potencial da mídia de revigoração do debate em esferas públicas diversas. Nesse sentido, considera-se o papel da internet e de novas mediações tecnológicas na reconfiguração das ações estratégicas de atores coletivos cívicos. À luz desse referencial, examina-se o papel da mídia na promoção de debates públicos ampliados, bem como características das relações entre meios de comunicação e movimentos sociais, analisados integralmente em suas dimensões de oportunidade política, mobilização de recursos e processos simbólicos.

Palavras-chave: Comunicação; Movimentos Sociais; Mídia; Enquadramento; Participação Política.

Abstract

This article analyzes the relationship between media and social movements based on the trajectory of the Ficha Limpa campaign (2008-2010), which resulted in the collection of 1.3 million signatures and approval of a popular initiative bill that made the criteria stricter for nominating candidates in elections in Brazil. Initially, a proposal for a communicational approach to social phenomena is presented, capturing them in processes of interaction between subjects in the production and interpretation of meanings. Aspects of the relationship between media and democracy are discussed. It is argued, despite the recognition of the crisis scenario in contemporary public communication, by the maintenance of the media's potential to reinvigorate the debate in different public spheres. In this sense, the role of the internet and new technological mediations in the reconfiguration of the strategic actions of civic collective actors is considered. In the light of this framework, the role of the media in promoting expanded public debates is examined, as well as the characteristics of the relations between the media and social movements, which are fully analyzed in terms of political opportunity, resource mobilization and symbolic processes.

Keyword: Communication; Social Movements; Media; Framework; Political Participation.

Resumen

Este artículo analiza la relación entre medios y movimientos sociales a partir de la trayectoria de la campaña Ficha Limpa (2008-2010), que resultó en la recolección de 1,3 millones de firmas y la aprobación de un proyecto de ley de iniciativa popular que endureció los criterios para la nominación de candidatos en elecciones en Brasil. Inicialmente se presenta una propuesta de abordaje

comunicacional de los fenómenos sociales, plasmándolos en procesos de interacción entre sujetos en la producción e interpretación de significados. Se discuten aspectos de la relación entre medios y democracia. Se argumenta, a pesar del reconocimiento del escenario de crisis en la comunicación pública contemporánea, por mantener el potencial de los medios para dinamizar el debate en diferentes ámbitos públicos. En este sentido, se considera el papel de internet y las nuevas mediaciones tecnológicas en la reconfiguración de las acciones estratégicas de los actores colectivos cívicos. A la luz de este marco, se examina el papel de los medios de comunicación en la promoción de debates públicos ampliados, así como las características de las relaciones entre los medios de comunicación y los movimientos sociales, que se analizan en profundidad en términos de oportunidad política, movilización de recursos y procesos simbólicos.

Palabras Clave: Comunicación; Movimientos Sociales; Medios de Comunicación; Marco de Referencia; Participación política.

Resumé

Cet article analyse la relation entre les médias et les mouvements sociaux à partir de la trajectoire de la campagne Ficha Limpa (2008-2010), qui a abouti à la collecte de 1,3 million de signatures et à l'approbation d'un projet de loi d'initiative populaire renforçant les critères. pour la nomination de candidats aux élections au Brésil. Dans un premier temps, une proposition d'approche communicationnelle des phénomènes sociaux est présentée, les capturant dans les processus d'interaction entre les sujets dans la production et l'interprétation des significations. Les aspects de la relation entre les médias et la démocratie sont discutés. Elle est argumentée, malgré la reconnaissance du scénario de crise dans la communication publique contemporaine, en maintenant le potentiel des médias à redynamiser le débat dans différentes sphères publiques. En ce sens, le rôle d'Internet et des nouvelles médiations technologiques dans la reconfiguration des actions stratégiques des acteurs collectifs civiques est considéré. À la lumière de ce cadre, le rôle des médias dans la promotion de débats publics élargis est examiné, ainsi que les caractéristiques des relations entre les médias et les mouvements sociaux, qui sont pleinement analysées en termes d'opportunité politique, de mobilisation de ressources et de processus symboliques.

Mots-clés: Communication; Mouvements Sociaux; Médias; Cadre; Participation Politique.

Introdução

Uma rápida navegação pelos principais *sites* jornalísticos brasileiros na noite de 23 de setembro de 2010 revelava um tema único nos títulos principais. Folha.com: “Placar no Supremo a favor da Ficha Limpa neste ano vai a 4 a 1”. Estadão.com.br: “Lewandowski vota e abre 4 a 1 pela Ficha Limpa este ano”. G1: “Placar no STF vai a 4 a 1 pela Lei da Ficha Limpa”. UOL: “Aplicação imediata de Ficha Limpa vai vencendo”. Alguns desses portais transmitiam, ao vivo, a sessão no Supremo Tribunal Federal, com links para comentários em tempo real em redes sociais, recurso até então raramente empregado no ambiente midiático nacional nesse tipo de cobertura.

No dia seguinte, o assunto destacava-se nas páginas dos principais jornais impressos do país, e telejornais também promoveriam ampla repercussão daquele julgamento sobre a validade da chamada Lei da Ficha Limpa para as eleições de 2010. A mobilização social que resultara na aprovação da lei parecia ali atingir o ápice de proeminência no discurso público. Entende-se aqui discurso público como o processo de comunicação pública sobre assuntos diversos, protagonizado por atores coletivos – órgãos executivos, partidos políticos e associações civis¹ que reivindicuem a representação de algum setor social ou causa – em torno de políticas públicas ou de interesses e valores subjacentes a essas políticas (Ferree e cols., 2002).

A cobertura midiática intensa motivou indagações sobre o processo de comunicação pública que se instaurava em torno daquela nova regra eleitoral: como a iniciativa que resultou na lei adquirira tamanha repercussão? Qual foi o papel dos meios de comunicação tradicionais e da internet nesse processo? Como mídia, movimentos sociais, partidos políticos e demais atores coletivos se relacionaram em torno da proposta? Por meio de quais processos a ideia acabou suscitando amplo apoio popular, na contramão da documentada crise da representação política (Gaventa, 2004; Avritzer, 2012) e do declínio da participação cidadã em regimes democráticos pelo mundo? Como uma mobilização social construída a partir da periferia do sistema político² brasileiro lograva engendrar alterações significativas na legislação eleitoral, alçadas, por sua vez, à tema onipresente na pauta do debate público recente do país?

A chamada Lei da Ficha Limpa, ou Lei Complementar 135/2010, que entrou em vigor em 7 de junho de 2010, é uma lei de iniciativa popular que tornou mais rígidas as condições para a postulação de candidatos em eleições no Brasil. Vetou, por exemplo, a candidatura de condenados em decisão colegiada (mais de um juiz) por crimes considerados graves (como homicídio, racismo e desvio de verbas públicas) e de políticos que renunciaram ao cargo para evitar punições. Reuniu 1,3

¹ Entende-se associações civis na formulação de Alexander (2006), como associações temáticas formadas para influenciar a opinião pública, envolvidas nos processos de comunicação simbólica que permeiam a sociedade civil. Podem ser, nessa acepção, desde grupos estabelecidos de lobby econômico e/ou político, como associações de comércio e órgãos ligados a sindicatos, a associações relativamente burocratizadas que representam grupos amplos de pessoas, como entidades de familiares de vítimas da violência, passando ainda por associações mais intimistas, voltadas a causas pontuais, como reunião de opositores de certo empreendimento, e grupos mais explicitamente voltados a causas públicas, como ONGs ambientalistas e antitributaristas.

² Em linha com Gomes e cols. (2012), tratamos sistema político pelos “campos e agentes profissionais encarregados da atividade crescentemente profissionalizada da política” (p. 7).

milhão de assinaturas, necessárias à validação do projeto de iniciativa popular, e teve na mídia e em novos dispositivos de comunicação online atores essenciais à inclusão do tema na esfera de debate público. Da proposição do projeto à aprovação unânime pelo Legislativo, a mobilização incluiu constituição e cadastro de comitês voluntários pelo Brasil para coleta de assinaturas, parceria com a maior rede de televisão do país, que veiculou gratuitamente vinhetas sobre a iniciativa, apoio de ONG global de ativismo online, manifestações de rua e variadas ações voltadas à obtenção de visibilidade na mídia, uso intenso de mídias sociais e pressões no Congresso.

A iniciativa obteve por fim ampla repercussão, sobretudo em sua fase de tramitação congressual e de discussão jurídica posterior sobre sua aplicabilidade, convertendo-se em exemplo de debate público mediado na história sociopolítica recente do Brasil, episódio em que um movimento social impulsiona um processo de especificação de novas premissas éticas para a esfera política institucional-formal, tendo o espaço de visibilidade oferecido pela mídia e por novas tecnologias de comunicação como fórum para a troca de razões sobre temas de interesse amplo. Trata-se de caso profícuo para estudo das mudanças nas práticas de participação social – entendida como envolvimento direto ou influência dos cidadãos sobre processos governamentais (Bucy & Gregson, 2001) – e na própria esfera política, alterações intensificadas pelos novos dispositivos tecnológicos disponíveis à mediação de debates públicos.

Tal investigação se justifica também pela inquietação resultante do paradoxo vivenciado pelas democracias liberais contemporâneas: com o avanço da infraestrutura comunicacional, nunca houve tantas oportunidades de acesso e questionamento a autoridades governamentais, mas, ao mesmo tempo, sentimentos de frustração, cinismo, desconforto e desconfiança em relação a pessoas e instituições públicas atingem o nível mais alto das últimas décadas (Dahlgren, 2009; Moisés & Carneiro, 2010; Coleman & Blumler, 2009, 2012). A questão do engajamento político e de como o déficit de participação nas democracias pode ser endereçado se encontra no centro da preocupação de pesquisadores, jornalistas, políticos e cidadãos, e tal debate sempre esteve relacionado ao papel dos meios de comunicação e agora, nas últimas décadas, das TICs (tecnologias de informação e comunicação), visto que a própria política formal se conforma cada vez mais como fenômeno indissociável da comunicação de massa.

Sobre esse aspecto, partimos da premissa de que a mídia pode, sim, ensejar debates politicamente relevantes e transformações sociais positivas, garantindo visibilidade a causas, questões e reivindicações de outros atores da sociedade civil. Podendo promover, também, deliberação, processo que pressupõe “atividade conjunta de diálogo entre dois ou mais participantes, em que se oferecem e consideram razões, com o propósito de solucionar alguma situação problemática ou alguma controvérsia” (Maia, 2008, p. 16). Estaremos atentos, sobretudo, ao papel dos chamados “públicos críticos” (Bohman, 1996) da sociedade civil, que buscam influenciar o discurso público introduzindo novos temas e questões, chamando a atenção a problemas até então subestimados e disponibilizando interpretações que desafiam interpretações dominantes. Não se trata, contudo, de idealizar a sociedade civil nem tampouco a mídia, reconhecendo que esses atores podem também servir à produção de conseqüências antidemocráticas (Maia, 2011) em determinados contextos.

O objetivo principal deste trabalho é examinar a relação estabelecida entre movimento social e mídia durante a campanha Ficha Limpa, apreendida em sua especificidade histórica e cultural, por meio da análise do discurso da organização e de dois jornais brasileiros de circulação nacional (Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo), mensurando e descrevendo a trajetória de mediação

exercida pela mídia de massa na inserção da iniciativa na esfera de visibilidade pública, e analisando funções fundamentais dos meios de comunicação em democracias contemporâneas.

Busca-se, ainda caracterizar o nível de qualidade democrática do debate estabelecido em torno da campanha nos jornais analisados, extraindo critérios da teoria deliberacionista da democracia sobre a qualidade desejável da discussão e aplicando-os na amostra, em tentativa de avançar na investigação sobre condições e limites da contribuição da mídia para a democracia; e mapear a estratégia da campanha no ambiente virtual, descrevendo o uso de novas plataformas proporcionadas pela internet para participação política. O trabalho está dividido em três seções. A primeira apresenta as principais ferramentas teóricas. A segunda descreve a trajetória da campanha Ficha Limpa, por meio de sua inserção no ambiente sociopolítico brasileiro recente, a metodologia e as questões de pesquisa. A terceira parte apresenta os resultados da análise dos textos do movimento social e da mídia, verificando a expressão de indicadores específicos para a análise do debate público mediado e da qualidade democrática das discussões.

1. De Mídia, Movimentos Sociais e Democracia

Examinar processos que partem da periferia do sistema político e alcançam proeminência na comunicação pública implica em atenção especial a dois conceitos: sociedade civil e esfera pública, essenciais à compreensão das mediações construídas em diálogos entre margem e centro do sistema político. Sociedade civil, ou esfera civil, entendida aqui como o “conjunto de associações, grupos formais e informais e redes na sociedade, que existem fora da família [e das relações íntimas] e do Estado [e instituições a ele ligadas, como o exército, partidos políticos, parlamentos e instituições administrativas burocráticas]” (Maia, 2011). Tal conceito como aqui empregado abrange associações voluntárias, movimentos sociais e outras expressões de comunicação pública, como os próprios meios de comunicação. Olhar para a mobilização social na campanha Ficha Limpa é, portanto, analisar como redes de associações civis envolvidas buscaram, em diferentes fóruns³, traduzir demandas sociais em argumentos políticos convincentes e persuasivos, articulando códigos da sociedade civil e confrontando o Estado com novas questões (Alexander, 2006; Habermas, 2006).

Investigar processos de debate público gestados nas fronteiras do sistema político é também tatear os contornos da esfera pública, concebida como o conjunto desses fóruns de expressão sobre temas de interesse social (Ferree & cols., 2002) e, na concepção mais precisa de Jürgen Habermas, como um sistema intermediário de comunicação envolvendo trocas de razões formais e informais, virtuais ou presenciais, em arenas localizadas tanto no centro quanto na periferia da política.

³ Ferree e cols. (2002) definem fóruns como os diversos espaços onde o discurso público se desenvolve, como meios da mídia de massa, parlamentos, partidos políticos, cortes judiciais, assembleias diversas e o próprio ambiente das ruas. Como um estádio, inclui uma arena onde atores individuais ou coletivos promovem atos públicos de fala, uma galeria ou audiência ativa acompanhando o que se passa na arena e um backstage, onde os potenciais candidatos ao debate trabalham ideias e estratégias de apresentação.

Sistema esse ancorado em redes que viabilizam fluxos intensos de mensagens de diferentes gêneros, originadas de atores sociais diversos, selecionadas e moldadas majoritariamente pelos meios de comunicação de massa (Habermas, 2006:415). Esfera pública não compreendida como coisa ou instituição social, mas como o espaço gerado em ações comunicativas por atores sociais específicos, expressão de dois fenômenos sociais interligados: a visibilidade e a discussão públicas. (Habermas, 1997; Maia, 2007; Gomes, 2008).

A chamada visibilidade pública comporta a dimensão da vida social que é disponibilizada ao conhecimento público, função dominada hoje pelos meios de comunicação, e a discussão é a esfera da argumentação, de decisões obtidas por processos abertos, transparentes e dialógicos de trocas de razões e justificativas em público. A campanha Ficha Limpa foi tornada visível pela mídia e envolveu a articulação de argumentos e valores de atores coletivos na construção de parâmetros compartilhados e mensagens de suporte a políticas públicas que afetam a todos. Acreditamos que examiná-la pode ser, portanto, uma maneira profícua de investigar o funcionamento da democracia contemporânea, de como o sistema da mídia contribui para ligar a comunicação política na esfera pública com a sociedade civil e o centro do sistema político (Habermas, 2006; Maia, 2009).

A complexidade e a dimensão das sociedades contemporâneas fazem com que porção significativa dos processos de produção de visibilidade e deliberação pública se viabilize via meios de comunicação. Daí decorre o fato de que o acesso à visibilidade midiática é hoje premissa essencial a praticamente todo processo de mobilização social (Ryan, 1991; Gitlin, 2003; Gamson, 2004; Della Porta & Diani, 2006; Rucht, 2007). Movimentos sociais lutam para obter atenção da mídia e cobertura positiva, o que pode se revelar essencial para se alcançar adesões e objetivos. Não apontamos causalidade direta entre eventual abordagem favorável na mídia e mudanças na opinião pública, visto que a relação entre o discurso da mídia e o discurso popular é complicada e indireta (Gamson, 2011). Como indicam Gamson e Modigliani (1989), os sistemas estão em interação, e o discurso da mídia é apenas parte do processo por meio do qual audiências constroem significados e interpretações. Movimentos sociais e mídia não representam atores sociais unificados. As transações entre ambos são complexas, típicos de sistemas de entidades que possuem intrincadas e particulares relações internas (Gamson & Wolfsfeld, 1993; Rucht, 2007).

Certos veículos da mídia podem, por exemplo, ignorar ou manter contato apenas ocasional com movimentos sociais. Os veículos de massa podem atribuir importância pública a eventos organizados por movimentos ao noticiá-los com destaque e em meio a avaliações positivas. Podem também nivelá-los ao patamar dos acontecimentos rotineiros aos descrevê-los de maneira reduzida, pouco contextualizada. Podem até decretar sua insignificância social, ao ignorá-los em sua cobertura.

A mídia também pode influenciar a imagem do movimento, elevando líderes e/ou porta-vozes das organizações ao panteão das “personalidades reconhecíveis” ou mesmo do das celebridades” (Gitlin, 2003). William Gamson e Gadi Wolfsfeld (1993) enumeram três finalidades principais da mídia para os movimentos sociais: 1) mobilização, função pela qual o discurso da mídia atinge setores do público-alvo não alcançados por ações diretas do movimento; 2) validação, a legitimidade social que os movimentos ganham sob os holofotes da mídia, e 3) ampliação do escopo, o papel da mídia na atração de terceiros não relacionados diretamente à causa em questão. Klandermans (1992) e Klandermans e Goslinga (1996) destacam também esse último aspecto ao lembrar que a cobertura favorável da mídia pode ainda influenciar a relação entre movimentos, ao elevar as expectativas de sucesso da mobilização e motivar psicologicamente a ação de ativistas de outros grupos.

No outro lado da moeda, os movimentos sociais também podem prover elementos de interesse da mídia, como ação, conflito, drama, personalização, espetáculo, conflito, ação e imagem (Gamson & Wolfsfeld, 1993; Gitlin, 2003; Rucht, 2007; Vliegthart & Walgrave, 2012). Podem, inclusive, alterar o discurso público sobre determinados assuntos. Trata-se, contudo, de uma relação assimétrica, em que os movimentos, públicos fracos por excelência, são mais dependentes da mídia para atingir seus objetivos do que o oposto. Ou seja, a maior parte dos movimentos precisa da mídia, mas a mídia raramente necessita dos movimentos.

Estudos que procuraram realizar relatos “etnográficos” do trabalho jornalístico, como os trabalhos seminais de Tuchman (1978) e Gans (1979), mostraram como regras e procedimentos administrativos da rotina de produção de informações, necessários à regularização do processo como atividade industrial, têm implicações sobre o que é considerado notícia, os chamados critérios de noticiabilidade. As decisões sobre cobrir um fato e conferir-lhe proeminência no noticiário são guiadas por tais padrões. Em geral, os repórteres, por dependerem usualmente de relatos de segunda mão sobre os eventos, tendem a privilegiar fontes oficiais e institucionais, percebidas na perspectiva da mídia como mais confiáveis e importante (Turner & Killian, 1987). Daí a preferência por públicos fortes, fontes que fornecem a história “oficial”, e que por serem detentoras de mandatos eletivos e de capacidade para alterar normas e regras que afetam a sociedade como um todo, geralmente são acionados como pontos de partida das coberturas, tendo ainda maior potencial de fornecimento de informações exclusivas que preenchem outro importante critério de noticiabilidade. Ou seja, geralmente a maior parte das notícias aborda pessoas e instituições que já são proeminentes (Ryan, 1991; Gamson & Wolfsfeld, 1993; Croteau e Hoynes, 1994; Mccarthy e cols., 1996; Shoemaker & Reese, 1996; Norris, 2000; Rucht, 2007; Vliegthart & Walgrave, 2012).

Portanto, como atores “fracos” na esfera pública, associações civis e movimentos sociais normalmente precisam redobrar esforços para ganhar visibilidade em meios de grande audiência, pelo que passam a moldar suas ações a partir dos códigos das operações da mídia de massa. Lançam mão de ações que buscam se adaptar aos padrões jornalísticos de “valor-notícia” e atrair a programação editorial dos meios (Gitlin, 2003; Turner & Killian, 1987; Ryan, 1991; Pan & Kosicki, 2001; Maia, 2006, 2008), como organização de eventos deliberadamente encenados para atrair a cobertura dos meios. Reconhecer que as negociações entre política e comunicação de massa são conduzidas em grande parte por uma elite de representantes ilumina a importância empírica da investigação sobre como a mídia seleciona e articula falas de diferentes atores coletivos, podendo marginalizar certos pontos de vista e interpretações e privilegiar outros. Nosso enfoque sobre a deliberação mediada, desta maneira, estará no modo como a imprensa gerencia as fontes noticiosas e suas reivindicações (Bennett e cols., 2004) e sobre processos de deliberação pública que envolvem enquadramentos em disputa pelo apoio da opinião pública (Maia, 2009).

Estaremos atentos a variáveis que condicionam a qualidade do debate público mediado, como acesso ao discurso da mídia, reconhecimento de interlocutores e presença de confronto de posições. E, no mesmo diapasão, avançar na compreensão das relações que se constroem entre profissionais da mídia e outros atores da sociedade civil que buscam visibilidade para causas e propostas, em meio ao panorama atual de dispersão sociocultural e desconexão entre a vida política organizada e o cotidiano dos cidadãos.

2. A Campanha Ficha Limpa: perspectiva histórica

O MCCE (Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral), rede de entidades responsável pela campanha Ficha Limpa, e a própria iniciativa surgem em um momento específico da história brasileira, o da Nova República (1985-), mas suas origens remetem à conjuntura imediatamente anterior, a do regime militar (1964-1985). Naquele período, entidades representativas da sociedade civil que encabeçariam a campanha Ficha Limpa, como CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) e OAB (Ordem dos Advogados do Brasil), se firmaram como foco de denúncia ao autoritarismo e de defesa do Estado Democrático de Direito, ganhando visibilidade na esfera pública e representatividade no panorama associativo renovado que o país passava a experimentar (Wampler & Avritzer, 2004; Avritzer, 2009). Como a tradição da teoria do processo político procurou destacar, movimentos sociais e processos de mobilização se conformam em amplos arranjos de constrangimentos específicos ao contexto em que se situam (McADAM et al., 1996), as EOPs (estruturas de oportunidades políticas).

No caso brasileiro, o MCCE e a campanha Ficha Limpa são resultado de mudanças registradas ao longo de três estruturas de oportunidades políticas da história recente do país: os processos da redemocratização, da Constituição de 1988 e o que chamaremos de “pós-impeachment”, caracterizado pelo ambiente sociopolítico que se desdobra no Brasil desde a saída do poder, em 1992, do presidente Fernando Collor de Mello (1990-1992), consequência, entre outros fatores, de intensa mobilização popular. Se a redemocratização e o processo constituinte trouxeram maior possibilidade de êxito aos movimentos sociais, a consolidação democrática viu também o avanço da desconfiança política e do descrédito da representatividade.

O fenômeno está documentado mundialmente ao menos desde os anos 1980, mas passou a ganhar terreno no Brasil na década seguinte (Moisés & Carneiro, 2010), impulsionado pela maior tematização pública de experiências de corrupção na administração, pelo engessamento e profissionalização do sistema de partidos políticos, entre outros déficits de desempenho institucional. Mas se o Brasil reflete esses sinais de perda de vitalidade da democracia, expressos, por exemplo, em escândalos na gestão pública que alimentam a percepção de corrupção como um dos principais problemas nacionais (Bignotto, 2011), também se destaca como laboratório de significativos experimentos de aprofundamento democrático, propiciados por reformas constitucionais e inovações políticas no âmbito da sociedade civil que garantiram ao país espaço de destaque internacional no debate sobre a renovação da democracia (Coelho & Nobre, 2004; Gaventa, 2004).

Enquanto as EOPs da Redemocratização e da Constituição de 1988 abriram à sociedade civil brasileira novas possibilidades de operação no sistema político (Alonso, 2007; Avritzer, 2011), denúncias graves de malversação de recursos públicos ganharam maior visibilidade pública nas décadas posteriores, o que elevou a corrupção à condição de tema frequente da vida pública nacional e parâmetro crítico da opinião pública na análise das instituições políticas formais

e da situação da democracia⁴. Em 2009, 73% da população brasileira consideravam a corrupção no país como problema muito grave, associando-a diretamente a práticas da esfera político-administrativa estatal (Bignotto, 2011). No caso brasileiro, passada a euforia cívica decorrente da retomada dos direitos políticos, tornou-se claro à opinião pública que somente o processo eleitoral não moveria sozinho engrenagens fundamentais a um regime democrático, como a da fiscalização dos governos e as do respeito à lei e à probidade administrativa. *Surveys* realizados em 1989, 1990, 1993 e 2006 apontaram altos índices de insatisfação popular com o funcionamento prático da democracia (Moisés e Carneiro, 2010).

A corrupção e os sentimentos de desconfiança política que dela decorrem avançaram na esteira das fragilidades no desempenho institucional dos regimes políticos. Avritzer (2011) identifica a origem do problema da corrupção no Brasil em distorções da organização eleitoral sedimentadas durante o regime autoritário e que levaram a uma lógica de financiamento político mantida sem modificações pela Carta de 1988. Problemas como desproporcionalidade na representação dos Estados na Câmara dos Deputados, aumento do número de congressistas e prevalência de critérios políticos na divisão de recursos orçamentários, aliados à dependência legislativa do Executivo que caracteriza o “presidencialismo de coalizão” brasileiro⁵, alimentam práticas de corrupção – como o financiamento irregular e o “caixa dois” de processos eleitorais – na esfera política formal. A EOP “pós-impeachment” se insere, portanto, em um cenário de novidades no panorama das ações coletivas no Brasil a partir da década de 90, em que fortalecem-se redes nacionais de movimentos sociais e o plano da moral ganha espaço como eixo articulador de fatores que explicam a emergência das lutas sociais.

O antecedente direto da campanha Ficha Limpa, como iniciativa legislativa popular contra a corrupção eleitoral no Brasil, foi a mobilização que resultou na aprovação, em 1999, da lei 9.840, conhecida como Lei da Compra de Votos. Como em uma espécie de ensaio institucional, tornado possível pelas mudanças nas EOPs que conformaram novos arranjos no cenário sociopolítico, atores sociais coletaram assinaturas, desenvolveram discussões e pressão junto ao Congresso, obtiveram visibilidade midiática, experimentaram o aumento da repercussão em decorrência de escândalos políticos em curso e lograram aprovar, em tramitação célere, a proposta em pauta. Foi o primeiro caso na história brasileira de aprovação, pelo Congresso Nacional, de um projeto de lei de iniciativa popular⁶. A iniciativa partiu da CBJP (Comissão Brasileira de Justiça e Paz), braço da

⁴ Levantamento da versão da revista Veja em junho de 2012 enumerou 61 escândalos de corrupção no Brasil desde a redemocratização: três no governo José Sarney (1985-1990), dois no governo Fernando Collor de Mello (1990-1992), três na gestão Itamar Franco (1992-1994), 16 no governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), 28 na gestão Luiz Inácio Lula da Silva (2002-2010) e nove no governo Dilma Rousseff (2011-).

⁵ Avritzer e Anastasia (2006) definem presidencialismo de coalizão como o arranjo institucional tipicamente brasileiro em que o presidente se elege por maioria absoluta, mas seu partido raramente obtém bancada com mais de 20% das cadeiras na Câmara dos Deputados, tendo que organizar coalizões políticas com parceiros com os quais mantém poucas afinidades ideológicas e programático.

⁶ O primeiro projeto de lei de iniciativa popular no país foi apresentado em 1991 pelo Movimento Nacional de Moradia, visando criar um Fundo Nacional de Habitação. Com a dificuldade, pelo Congresso, de verificar a autenticidade das assinaturas, passou a tramitar como iniciativa parlamentar após um deputado assumir a autoria da proposta, que seria transformada em lei apenas em 2005. Em 1993, um segundo projeto de iniciativa popular foi enviado ao Legislativo federal, após mobilização de familiares de vítimas da violência. O projeto propunha que o homicídio qualificado passasse a ser considerado crime hediondo. Como o projeto, aprovado em 1994, foi assumido pelo Executivo, não é considerado oficialmente como o primeiro projeto de lei de iniciativa popular aprovado no

CNBB, com apoio de 40 entidades nacionais, das quais dez integrariam a campanha Ficha Limpa cerca de dez anos depois⁷. As ações de mobilização da campanha ensejaram a constituição de novas formas de organização, e grupos informais surgiram espontaneamente como meio de fiscalização da nova lei (Sousa, 2010). Nasciam, assim, os comitês 9.840, para fiscalizar a lei, mas também acompanhar a atuação dos políticos eleitos. Entidades como pastorais, sindicatos, associações e ONGs passaram a formar redes locais caracterizadas pela informalidade, com ações educativas, de difusão de informações sobre o processo eleitoral, e de identificação de atos de corrupção eleitoral. Do amadurecimento desses grupos seria criado o MCCE, no processo eleitoral de 2002. O movimento, lançado em julho de 2002, surge da necessidade de ajudar na aplicação da lei 9.840.

O MCCE decidiu lançar a campanha Ficha Limpa em dezembro de 2007. O projeto propunha alterações à legislação responsável por determinar prazos de cessação (proibição de candidaturas) e outras providências relativas a condições de postulação em processos eleitorais no Brasil. A proposta fixava novos critérios para quem não pode se candidatar no país, como aumento de três para oito anos no prazo de inelegibilidade do cidadão que incorresse em condutas determinadas na lei, elevação do número de situações que podem impedir o registro de uma candidatura; e veto a candidaturas em caso de condenação passada do postulante em primeira instância judicial, e não apenas mediante trânsito em julgado do respectivo processo (quando não cabem mais recursos). Em julho de 2008, o projeto somava 110 mil assinaturas, número ainda distante do 1,3 milhão necessário à proposição da iniciativa.

A campanha teve seu momento de maior difusão com as vinhetas de apoio à iniciativa veiculadas entre 2008 e 2010 na programação da Rede Globo de Televisão, a rede de maior audiência no país⁸. Após o início da circulação dos spots na Globo, o MCCE começou, a partir de setembro de 2008, a organizar “mobilizações nacionais” com o objetivo de intensificar a coleta de assinaturas. Foram momentos em que voluntários e os comitês regionais do MCCE se organizaram para elevar o número de pontos de coleta por pontos estratégicos como feiras livres, escolas, universidades e órgãos públicos. Em novembro de 2008 o MCCE contabilizava 500 mil assinaturas, número que chegou a 700 mil em maio de 2009.

O ano de 2009 foi também o ano em que a campanha reforçou sua presença virtual. Um primeiro grupo de suporte à mobilização no Facebook foi lançado em junho, e a partir daí a iniciativa se estendeu a outros canais de mídias sociais, como Twitter e You Tube – o canal contaria um ano depois com 30 mil seguidores, além de 10 mil assinantes no Twitter (Breuer & Farooq, 2012). O tramo final da fase de coleta de assinaturas marcou um ponto de inflexão na estratégia da

país. Em 1999, um terceiro projeto de lei de iniciativa popular foi apresentado pelos pais de um menino de oito anos morto em 1997, com objetivo de instituir a prisão perpétua agrícola no país. O projeto foi entregue ao Congresso em 1999, com mais de dois milhões de assinaturas, mas permanece sem aprovação (Sousa, 2010).

⁷ A folha de coleta de assinaturas para o projeto de iniciativa popular que originou a lei 9.840 incluía apoios de 40 entidades, registrados até 10 de maio de 1998. As dez entidades comuns que participaram das duas campanhas são: ABONG (Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais), AJD (Associação Juizes para a Democracia), Cáritas Brasileira, CBJP, CNBB, CUT (Central Única dos Trabalhadores), Ibase (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), INESC (Instituto de Estudos Socio-Econômicos), MPD (Ministério Público Democrático) e OAB.

⁸ Segundo informações prestadas pela Rede Globo, duas peças de 30 segundos da campanha Ficha Limpa foram veiculadas na programação da emissora em 2008, em um total de 6.425 exibições. Em 2009, duas peças de 30 segundos, por 3.071 vezes. Em 2010, houve veiculação de uma peça de 15 segundos por 6.458 vezes.

campanha, que ganhou presença na internet a partir de ações como a reformulação do site do MCCE para inclusão de informações e material de campanha para *download*, construção e manutenção de perfis em redes sociais e transmissão online de votações. Ainda nessa fase, a campanha recebeu apoio da Avaaz, comunidade transnacional de apoio *online* a mobilizações que promoveria coletas virtuais de assinaturas, empregadas como elemento de pressão sobre o Legislativo, mediante envio de mensagens para gabinetes dos deputados. Houve, portanto, ações tanto instrumentais (*internet-enhanced*), de reforço a métodos tradicionais de ativismo, como essenciais (*internet-based*), como os abaixo-assinados promovidos exclusivamente no ambiente virtual.

A meta foi alcançada e as assinaturas foram entregues à Câmara dos Deputados em 29 de setembro de 2009. Passada a fase de coleta de adesões, as ações do MCCE se concentraram no acompanhamento da tramitação do projeto e no diálogo com parlamentares. Os embates para aprovação se intensificaram em abril de 2010. Nesse mês, uma petição *online* promovida pela Avaaz defendendo a aprovação da lei obteve mais de 2 milhões de adesões. Mais de 40 mil pessoas responderam a um chamado da mesma organização para que apoiadores da campanha enviassem e-mails e mensagens de voz aos deputados pedindo a aprovação do projeto (Breuer & Farooq, 2012). O texto-base do projeto foi aprovado na Câmara em 5 de maio, com votos favoráveis de 388 dos 389 deputados presentes – o autor do único voto contrário pediu desculpas públicas e disse que havia se equivocado. O projeto seria aprovado no Senado por unanimidade no dia 19 de maio. No dia 4 de junho, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva sancionou a lei sem nenhum veto⁹.

Com foco nas interações entre atores políticos ou da sociedade civil e atores da mídia, o recorte empírico deste trabalho contemplou ações discursivas do MCCE e dos jornais Folha de São Paulo (FSP) e O Estado de São Paulo (OESP), escolhidos pela representatividade no cenário da mídia impressa nacional¹⁰. O lapso temporal, entre 1 de maio de 2008 e 6 de junho de 2010, representou o período exato da campanha Ficha Limpa, do mês de lançamento da coleta de assinaturas ao dia posterior à sanção presidencial. Foram analisados ao todo 514 textos, sendo 122 divulgados pelo MCCE (30 *releases* e 92 notícias publicadas no site da entidade¹¹), 198 pela FSP e 194 por OESP. Os *releases* foram fornecidos pelo MCCE, em resposta a pedido de encaminhamento de todas as peças de divulgação enviadas à imprensa durante o período. As notícias foram publicadas no site do MCCE e extraídas da internet de julho a outubro de 2011. Obteve-se o corpo

⁹ Embora este trabalho tenha como proposta analisar apenas o período compreendido entre o lançamento da campanha e a sanção da lei, cabe registrar aqui os desdobramentos jurídicos da entrada em vigor da lei. Ainda em junho de 2010, o TSE, dirimindo uma dúvida que surgira a partir de emenda de redação introduzida no texto da lei pelo Senado, decidiu que a lei se aplicava aos condenados antes da sanção, e não apenas para candidatos condenados posteriormente. As novas regras impactaram fortemente o cenário das eleições de 2010 no país, com centenas de candidatos sendo barrados, mas em março de 2011 o STF decidiu pela inaplicabilidade da lei nas eleições do ano anterior. A decisão definitiva veio em fevereiro de 2012, quando o STF decidiu pela constitucionalidade da Lei da Ficha Limpa, que passou a vigorar de fato pela primeira vez no pleito de 2012.

¹⁰ Segundo o IVC (Instituto Verificador de Circulação), a FSP terminou 2011 como o maior jornal de prestígio (não popular) em circulação no país, com 297 mil exemplares diários. OESP vem em terceiro lugar, com 254 mil exemplares.

¹¹ Em algumas categorias de análise optou-se pela tabulação independente dos releases e das notícias, visto que os primeiros eram integralmente produzidos pelo MCCE, enquanto as notícias publicadas no site comumente eram adaptações de materiais enviados por entidades parceiras ou de próprio conteúdo midiático, e só passaram a ser publicadas no site a partir de meados de 2009.

de textos da FSP e de OESP a partir de buscas no acervo eletrônico das publicações, para os parâmetros de pesquisa “ficha limpa”, “fichas-sujas”, “ficha suja” e “vida progressa”+“projeto”¹². Todos os textos foram tabulados manualmente em relação a oito itens: data de publicação, título, autor¹³, assunto¹⁴, *lead*, fontes citadas¹⁵, presença de aspas (discurso direto) de fontes¹⁶ e entidades do MCCE citadas no texto. Pela comparação entre as frequências mensais das datas de publicação procurou-se verificar eventual presença de padrões semelhantes de distribuição, buscando responder à seguinte questão de pesquisa:

QP1: Os períodos com registro de maior distribuição de releases e notícias pelo MCCE coincidem com os picos quantitativos da cobertura do tema na FSP e em OESP? Certas qualidades dos processos de deliberação mediada, como acesso, reconhecimento/identificação de atores e responsividade/reciprocidade de opiniões, foram convocadas de modo a operacionalizar a eventual aproximação dos textos analisados a princípios normativos da deliberação. Por meio da análise dos indicadores “autor”, “assunto”, “fontes”, “aspas”, “entidades do MCCE” e “presença de diálogo/confronto de posições”, buscou-se responder a perguntas como: quem é selecionado pelo MCCE e pelos meios impressos analisados a se manifestar sobre a campanha? Até que ponto um movimento social, representante de público fraco na esfera pública, é considerado interlocutor legítimo pelo discurso jornalístico? Quais são os atores sociais mais presentes e de que maneira suas vozes são expressas (discurso direto ou indireto)? Há confronto de posições entre os atores visíveis nesses discursos?

QP2: Quais são as categorias de autores mais frequentes nos textos selecionados do MCCE, FSP e OESP?

¹² O último parâmetro de pesquisa foi incluído para contemplar a expressão “projeto de lei sobre a vida progressa dos candidatos”, também usada pelo MCCE para caracterizar a iniciativa.

¹³ A categoria autor refere-se aos profissionais responsáveis pelos textos, divididos em a) repórteres: membros do estafe fixo das publicações, sem espaço predefinido de publicação; b) colunistas: profissionais do estafe fixo das publicações, titulares ou suplentes de espaços fixos nos periódicos; c) articulistas: autores convidados para fornecer artigos de opinião ou especialistas responsáveis por análises, convocados mediante pagamento ou não; d) leitores: missivistas ou internautas que encaminham voluntariamente mensagens para publicação nos jornais; e) assessores de imprensa/políticos: profissionais citados quando em resposta em seção de cartas; nesse sentido, sendo o critério de classificação a seção de publicação, um político que escreveu artigo em espaço de opinião do jornal, por exemplo, foi computado como articulista; e f) sem autor definido: textos referenciados somente quanto à origem da produção, feita por redatores e repórteres, no caso do noticiário comum, ou por editorialistas, no caso dos editoriais.

¹⁴ Os assuntos são subtópicos relacionados ao tema da campanha Ficha Limpa, diretamente ou de forma parcialmente direta. Foram divididos em a) campanha Ficha Limpa: mobilização e coleta de assinaturas; b) campanha Ficha Limpa: discussão jurídica; c) campanha Ficha Limpa: tramitação no Congresso; d) “lista suja” AMB e afins; e) outros; f) pendências judiciais e/ou administrativas de agentes públicos e g) reforma política e/ou eleitoral.

¹⁵ Fontes foram tomadas exclusivamente como pessoas físicas as quais os textos analisados atribuíram informações, em forma de discurso direto ou indireto.

¹⁶ Aspas são aqui consideradas como recurso da prática jornalística usado para introduzir excertos de discurso direto de entrevistados, reproduzindo declarações literalmente a partir de gravações ou em sínteses que devem buscar transmitir a exatidão do que o entrevistado buscou.

QP3: Quais são os assuntos mais frequentes nos textos selecionados do MCCE, FSP e OESP? OESP?

Procurou-se, portanto, verificar as seguintes hipóteses e questões de pesquisa:

H1: A presença de fontes do MCCE será mais expressiva nos textos do movimento, enquanto fontes institucionais (poder Executivo, Legislativo ou Judiciário) apresentarão maior índice de participação nos textos da FSP e de OESP.

H2: Os textos do MCCE terão maior índice de entidades do movimento citadas do que os textos de FSP e OESP.

3. Resultados

Em geral, não houve coincidência significativa entre os meses de maior distribuição de releases e notícias pelo MCCE e os picos quantitativos da cobertura do tema nos diários. Enquanto 2009 foi o ano de maior divulgação de peças pelo movimento, com 53,33% dos releases e 65,21% das notícias, foi também o ano com cobertura mais escassa nos periódicos analisados, respondendo por apenas 13,13% dos textos na FSP e 15,97% em OESP, conforme tabelas:

Tabela 1: Distribuição temporal dos releases e notícias divulgados pelo MCCE

Releases/ mês	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez	Total	%
2008	-	-	-	-	1	1	4	0	2	1	1	1	11	36,66 %
2009	1	1	0	1	1	1	2	1	3	2	0	3	16	53,33 %
2010	0	0	1	1	0	1	-	-	-	-	-	-	3	10%
Notícias/mês														
2009	-	-	-	-	-	-	-	17	12	11	10	10	60	65,21 %
2010	14	7	4	4	3	0	-	-	-	-	-	-	32	34,78 %

Tabela 2: Distribuição temporal dos textos na FSP

Textos/mês	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez	Total	%
2008	-	-	-	-	0	12	37	12	6	4	0	0	71	35,85%
2009	5	0	0	0	0	0	0	0	6	5	4	6	261	3,13%
2010	1	10	11	21	53	5	-	-	-	-	-	-	101	51,01%

Tabela 3: Distribuição temporal dos textos em OESP

Textos/mês	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez	Total	%
2008	-	-	-	-	3	14	14	14	7	0	0	0	52	26,80%
2009	1	1	0	0	1	0	1	2	9	7	5	4	31	15,97%
2010	3	3	7	31	64	3	-	-	-	-	-	-	111	57,21%

O pico de cobertura dos jornais deu-se em 2010 (51,01% para FSP e 57,21% para OESP), justamente o ano em que o projeto de lei passou a tramitar efetivamente no Congresso. Enquanto o movimento social centrou essas ações em 2009, ano fundamental à mobilização para coleta de assinaturas, os jornais em geral debruçaram-se com maior intensidade ao tema apenas quando a campanha encerrou a fase de coleta de assinaturas e adentrou a esfera institucional. Pode-se associar esses resultados a critérios denoticiabilidade da mídia que priorizam fontes institucionais, reconhecidas como interlocutores “legítimos”, em detrimento de públicos “fracos”, como movimentos sociais (Tuchman, 1978; Ryan, 1991; Gamson & Wolsfeld, 1993). A partir do momento em que a iniciativa é protocolada no Legislativo, altera-se a percepção dos próprios profissionais envolvidos na produção noticiosa, conforme depoimento de um dos repórteres envolvidos na cobertura em OESP.

Eu já conhecia o pessoal do MCCE porque tinha acompanhado na ocasião a lei 9.840. Estava insistindo já há tempo que o Estadão desse alguma coisa, e não saía nada. Saía muita pouca coisa, de Brasília. Insisti bastante e meu chefe falou assim: ‘Acho que não vai avançar essa história’. Na época tinha 100 mil assinaturas. [...] No primeiro momento foi difícil dar matéria porque havia uma descrença de que a coisa pudesse avançar¹⁷.

Em relação à autoria dos textos, predominaram no MCCE os assessores de imprensa — 83,2% dos releases e cerca de 70% das notícias, essas quase sempre adaptadas de materiais de entidades parceiras ou da própria mídia. Os percentuais refletem a opção do movimento pela profissionalização do contato com a imprensa e a importância atribuída à mídia pelo MCCE em sua busca por mobilização, legitimação e ampliação do escopo de protesto.

Tabela 4: Autores dos releases divulgados pelo MCCE

Autor/ano	R				Total
	08	09	10	11	
Assessoria de Comunicação – Comitê Nacional MCCE	0	1	0	1	3,30%
Contatos Assessoria de Comunicação	1	0	0	1	3,30%
Cristiane Vasconcelos - Ascom MCCE	5	2	0	7	23,30%
Débora Pinheiro - Assessoria de Comunicação - Comitê Nacional	1	0	0	1	3,30%
Edma Cristina de Gois	0	13	2	15	50,00%
Sem autor identificado	4	0	1	15	16,60%

¹⁷ Moacir Assunção, entrevista ao autor, dezembro de 2012.

Tabela 5: Principais autores das notícias divulgadas pelo MCCE

Autor/ano	N	N	Total	Total
	09	10		(%)
Assessoria de Comunicação SE-MCCE com dados do Congresso em Foco	2	1	2	2,17%
Assessoria de Comunicação SE-MCCE com dados do portal Terra	2	0	2	2,17%
Assessoria de Comunicação SE-MCCE	16	9	25	27,1%
Assessoria de Comunicação SE-MCCE e site TSE	0	2	2	2,17%
Comitê 9840 de Imperatriz e Assessoria de Comunicação SE-MCCE	2	0	2	2,17%
Edma Cristina de Góis	3	0	3	3,26%
Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral	1	1	2	2,17%
Sem autor citado	7	8	15	16,00%

No caso dos jornais analisados, a verificação de autoria dos textos é útil à compreensão do perfil das publicações e de diferenciações que se conformaram na cobertura dos dois veículos. Na FSP, produto editorial que prioriza os colunistas¹⁸, esses profissionais responderam por 21,77% dos textos, percentual quase dez pontos superior ao verificado em OESP, de 10,83%.

Tabela 6: Autores dos textos na FSP, por categoria

Categoria autor/texto	Total (%)
Repórter	34,22%
Colunistas	21,77%
Articulistas	5,33%
Leitores	17,33%
Assessores de Imprensa/ Políticosa de Comunicação SE-MCCE	4,00%
Sem Autor Identificado	17,33%

Tabela 7: Autores dos textos em OESP, por categoria

Categoria autor/texto	Total (%)
Repórter	45,02%
Colunistas	10,83%
Articulistas	2,91%
Leitores	28,76%
Assessores de Imprensa/ Políticosa de Comunicação SE-MCCE	0,41%
Sem Autor Identificado	11,29%

Em geral, colunistas da FSP se manifestaram pontualmente sobre a campanha ao longo de 2010, sempre em chave favorável e comumente citando o papel da “opinião pública” na aprovação da iniciativa. Já os textos assinados pelos repórteres da FSP, categoria mais frequente no diário, com 34,22% do total de, pouco expressaram interpretações promovidas pelo MCCE, adotando tom descritivo. Em OESP, os repórteres foram os autores mais frequentes, com 45,02% dos textos. E diferentemente da ênfase descritiva verificada nos textos assinados por repórteres

¹⁸ Com as plataformas digital e impressa integradas nas duas publicações, a Folha de São Paulo registrava 124 colunistas em dezembro de 2012, e o Estado de São Paulo, 57.

na FSP, observou-se na amostragem do jornal concorrente um viés opinativo mais pronunciado, que, como na FSP, foi predominantemente pró-campanha, ainda que em matizes e intensidades diferentes.

E se os colunistas de OESP tiveram menor participacdo proporcional na coberturado que na FSP, a profissional que mais tratou do tema da campanha em OESP, Dora Kramer (6,27% do total de citagdes de autor), acompanhou o assunto de forma quase sistemática, com textos peridicos manifestadamente favoráveis a mobilizacão. Os leitores, segunda categoria de autor mais freqüente na cobertura de OESP (28,76%), quase sempre foram convocados pelo jornal de modo a expressar apoio a campanha. As cartas de leitores selecionadas para publicacdo na FSP também em geral exaltavam a proposta, expressando indignacão contra a classe política. Entre os articulistas, a participacdo foi escassa em ambos os jornais (5,33% na FSP e 2,91% em OESP). Não obstante cabe destacar que, dos cinco integrantes de entidades do MCCE convocados pelos jornais a emitir seus próprios enunciados nesses espaços privilegiados, quatro eram ligados à Igreja Católica, em amostra da inclinação dos veículos do mainstream midiático a fontes associadas ao poder das instituições.

A identificacão dos assuntos facilita a compreensdo das diferenciagdes entre as estratégias discursivas do MCCE e as elaboragões dos diários. Enquanto 77,85% dos textos (releases e notícias) trataram da campanha propriamente dita, em seus aspectos de mobilizacdo, tramitacdo legislativa ou de discussdo jurídica, na FSP esses assuntos somaram apenas 47,86% dos textos, e 48,96% em OESP. Observou-se maior ênfase da FSP no tema da “lista suja” da AMB e do debate acerca da pertinência da divulgacdo de relagdes de candidatos com pendências judiciais ou administrativas, assunto correlato à campanha que predominou em 19,69% dos textos do jornal e em 10,30% das matérias de OESP, conforme tabelas:

Tabela 8: Frequência dos assuntos nos textos do MCCE

Assunto/ano	R 08	R 09	R 10	N 09	N 10	Total	Total (%)
CFL: ações mobilização e coleta	9	10	1	33	14	67	54,91%
CFL: discussão jurídica	1	0	0	3	1	5	4,09%
CFL: tramitação projeto Congresso	0	3	1	10	9	23	18,85%
Escândalos de corrupção	0	0	0	0	0	0	0,0%
Lista suja AMB e afins	1	0	0	0	0	1	0,81%

Tabela 9: Frequência dos assuntos nos textos da FSP

Assunto/ano	2008	2009	2010	Total	Total (%)
CFL: ações mobilização e coleta	1	6	2	9	4,54%
CFL: discussão jurídica	8	3	16	27	13,63%
CFL: tramitação projeto Congresso	2	7	50	59	29,79%
Escândalos de corrupção	2	3	4	9	4,54%
Lista suja AMB e afins	39	0	0	39	19,69%
Outros	3	3	18	24	12,12%
Pendências judiciais de políticos	9	2	11	22	11,11%
Reforma política/eleitoral	7	2	0	9	4,54%
Total	71	26	101	198	

Tabela 10: Frequência dos assuntos nos textos de OESP

Assunto/ano	2008	2009	2010	Total	Total (%)
CFL: ações mobilização e coleta	3	7	25	35	18,04%
CFL: discussão jurídica	0	5	16	21	10,82%
CFL: tramitação projeto Congresso	0	2	37	39	20,10%
Escândalos de corrupção	1	1	1	3	1,54%
Lista suja AMB e afins	19	1	0	20	10,30%
Outros	16	12	25	53	27,31%
Pendências judiciais de políticos	9	1	5	15	7,73%
Reform a política/eleitoral	4	2	2	8	4,12%
Total	52	31	111	194	

A incidência de diálogo ou confronto de posições nos textos dos jornais analisados, objeto da quarta questão de pesquisa, não atingiu um terço do total das amostras da FSP (29,79%) e também de OESP (24,74%). A primeira hipótese, que em sua primeira parte supôs maior incidência de fontes ligadas ao MCCE nos textos do movimento do que nas matérias dos jornais, provou-se verdadeira pelos percentuais verificados — 41,33% para o movimento, 14,58% para FSP e 24,05% para OESP. O segundo tramo da hipótese também se revelou procedente, visto que as fontes institucionais - membros da esfera política formal — perfizeram 52,86% das fontes arroladas pelo MCCE, diante de percentuais de 67,61% para FSP e 61,59% para OESP. O juiz Marlon Reis, principal voz do movimento na esfera pública, figurou como a fonte mais recorrente nos textos de OESP, com 11 citações (4,64% do total).

Em contraste com a cobertura por vezes até engajada de OESP, na FSP Marlon Reis foi voz praticamente ausente, com uma citação em todo o período analisado no diário, que ademais não o relaciona com o MCCE. Se por um lado o juiz do interior do Maranhão começava a se projetar como personalidade reconhecível nas páginas de um jornal, continuava anônimo em outro, a despeito também de sua crescente influência como referência para os integrantes do próprio MCCE.

Tabela 11: Classificação das fontes citadas nos textos do MCCE

Tipo de fonte		
Membro MCCE ou rede MCCE	43	41,33 %
Membros do Judiciário	5	4,80 %
Membros do Ministério Público	5	4,80 %
Outros	6	5,76 %
Políticos	45	43,26 %
Total	104	

Tabela 12: Classificação das fontes citadas nos textos da FSP e de OESP

Tipo de fonte			Citações	Total OESP
	Citações FSP	Total FSP (%)	OESP	(%)
Membro MCCE ou rede MCCE	28	14,58%	57	24,05%
Membros do Judiciário	34	17,10%	21	8,86%
Membros do Ministério Público	7	3,64%	10	4,21%
Outros	33	17,18%	34	14,34%
Políticos	90	46,87%	115	48,52%
Total	192		237	

A tabulação dos dados comprovou também a hipótese sobre a maior incidência de citações a entidades do MCCE em textos do próprio movimento. Enquanto apenas 14,75% dos textos distribuídos pelo movimento não citavam entidades da rede, o percentual de matérias sem entidades citadas chegou a 67,17% na FSP e a 57,21% em OESP. Como “entidade-mãe”, o MCCE prevaleceu nas citações do próprio movimento, com 43,37% de incidência, seguido por CNBB (7,22%), OAB (5,42%) e AMB (2,40%), além da categoria “outros” (32,53%), que incluiu basicamente menções a comitês 9.840 e a igrejas pelo país.

O MCCE também prevaleceu nas citações de entidades nos textos analisados de OESP, com 35,38% das menções, mas ficou atrás do caso da FSP, com apenas 24,69% das menções relativas, percentual inferior no diário ao das referências a AMB, que chegaram a 46,91%. Outra demonstração do maior peso relativo conferido pelos veículos de imprensa 4s maiores entidades integrantes do MCCE, a despeito do esforço do movimento para se legitimar como interlocutor no debate da campanha. Nos dois jornais analisados, a soma das citações a CNBB, OAB e AMB nos textos afins a temas da campanha Ficha Limpa superou largamente as menções ao MCCE (50,98% ante 35,38% em OESP e 61,59% ante 24,69% na FSP).

Considerações Finais

Em geral, podemos sintetizar a caracterização dos textos do MCCE em alguns pontos: 1) concentração temporal da divulgação do material na fase de coleta de assinaturas; 2) textos escritos por assessores de imprensa (releases) e entidades parceiras (notícias); 3) foco temático em ações de mobilização e coleta de assinaturas; 4) emprego de fontes que reflete padrões verificados na mídia tradicional, com maior presença de atores ligados a esfera política formal, emprego reduzido de discurso direto; 5) busca pelo reforço da imagem do MCCE em detrimento de entidades integrantes do movimento; e 6) confronto de posições ausente.

No caso da cobertura dos jornais analisados, destacamos os seguintes tópicos: 1) concentração temporal dos textos no ano de tramitação legislativa do projeto; 2) penetração de palavras-chave da campanha no discurso jornalístico; 3) maior incidência proporcional de colunistas nos textos da FSP e de leitores em OESP; 4) ênfase da cobertura dos jornais na fase pós-coleta da campanha; 5) predomínio de fontes oficiais em ambas publicações e maior presença do MCCE em OESP; e 6) presença de confrontos de posição em cerca de um quarto a um terço das amostras. Quanto aos níveis de qualidade democrática e deliberatividade verificados no discurso jornalístico, conclui-se que a cobertura, analisada isoladamente em seus textos, não se caracterizou na maior parte dos exemplos como deliberad⁴⁰ no sentido estrito. O acesso dos interlocutores mais próximos a causa foi desigual, o movimento social proponente demorou a ser aceito como voz legítima no debate. Mas não se trata aqui de sobrecarregar o papel da deliberação na esfera pública.

Acreditamos que o conjunto das emissões jornalísticas analisadas, ainda que não tenham a todo o tempo expresso deliberação no sentido formal, possuem relevância política. Mesmo que nado tenham cumprido os requerimentos estritos do modelo deliberacionista, a visibilidade alcançada pela campanha nos meios de comunicação foi útil a promoção da conversa política

cotidiana, pré-estruturando a esfera pública e oferecendo fórum para debates em arenas diversas. A proposta deste trabalho foi promover um diálogo entre a literatura sobre mídia, movimentos sociais e democracia, dentro de visão relacional e construtivista da comunicação e dos fenômenos sociais, para investigar interações entre os discursos da mídia e dos movimentos sociais na campanha Ficha Limpa, uma mobilização por novas regulamentações e normas legais em eleições no Brasil.

Analisaram-se percepções de jornalistas envolvidos na cobertura da iniciativa e de integrantes da organização responsável pela campanha, e principalmente textos de divulgação do movimento e matérias publicadas sobre o tema em dois jornais de circulação nacional. Reunimos os achados em alguns eixos. No primeiro, corroborou-se a permanência de dificuldades de acesso de atores coletivos da sociedade civil aos meios de comunicação. A conclusão foi baseada em resultados que apontaram a ausência de coincidência temporal entre os picos de divulgação do movimento social e a publicação de matérias nos jornais, além da baixa incidência relativa, no discurso jornalístico, de fontes ligadas à campanha, preteridas por vozes de atores ligados ao aparato estatal.

A cobertura jornalística da iniciativa, notadamente após a apresentação do projeto, seguiu o calendário do Legislativo, endossando estudos que apontam que eventos atrelados a agendas governamentais tendem a obter maior visibilidade na mídia por se adequarem à rotina de produção dos meios. Em achado relacionado a primeira constatação, observou-se também que o discurso midiático sobre a campanha apresentou baixo nível de deliberatividade, ou qualidade democrática, com menor incidência proporcional na amostra de textos com confronto de posições e trocas argumentativas de razões em público. Em geral, as publicações privilegiaram, para além do discurso descritivo predominante, discursos dogmáticos e opiniões em perspectiva favoráveis à campanha. Acreditamos que tal característica esteja relacionada ao alto consenso social alcançado pela proposta geral da iniciativa, a despeito de eventuais discordâncias quanto a aspectos jurídicos do projeto.

Decerto houve momentos de discurso argumentativo nas emissões da mídia sobre a campanha, sobretudo quando a proposta inicial, que previa a inelegibilidade de candidatos com condenações em primeira instância, foi suavizada durante a tramitação legislativa. Apesar desses momentos isolados, pode-se dizer que a maior parte das negociações e deliberações em torno do conteúdo do projeto se deu em fórum político fechado, fora da comunicação de massa, comprovando a afirmação de que a esfera pública contemporânea, como esfera argumentativa, efetua-se em grande parte distante da visibilidade proporcionada pelos meios.

Mas é inegável que o MCCE, a despeito das dificuldades estruturais de acesso e de falhas eventuais na estratégia de comunicação, foi, em geral, bem-sucedido na tarefa de ensinar visibilidade pública de massa as suas propostas, levando-as à cena pública e iniciando um debate em torno do tema da corrupção política e da necessidade de aperfeiçoamento da Lei de Inelegibilidades. Os meios, por sua vez, garantiram fórum para discussão, ajudaram a pré-estruturar a esfera pública — na medida em que forneceram material sobre o projeto que fomentou a discussão sobre o tema em arenas informais de conversação — e potencializaram processos de *accountability*, tematizando a opinião pública em torno da discussão sobre antecedentes dos candidatos e de casos de políticos com pendências judiciais.

Verificou-se ainda, em geral, alinhamento entre o discurso do MCCE e o dos jornais. Tal alinhamento pôde ser observado tanto do ponto de vista quantitativo — predominaram reportagens, análises, artigos de opinião, cartas de leitores e editoriais que endossaram as ideias

centrais do MCCE - como sob o viés qualitativo, captado na reprodução, nesses discursos, de elementos-chave do enquadramento produzido pelo movimento social, como a defesa da moralidade e da ética na política. Diferenças observadas na cobertura dos jornais remetem ao quarto achado da pesquisa, sobre a complexidade do cenário editorial brasileiro pós-redemocratização e a limitação de considerações maniqueístas acerca do funcionamento dos grandes grupos de imprensa no Brasil, que nessas acepções estariam exclusivamente a serviço das grandes estruturas de poder econômico e político.

Ainda que tenha comprovado a inclinação do *mainstream* midiático por fontes institucionais, a análise da cobertura dos jornais revelou a construção majoritária de narrativas de apoio à campanha, a despeito de diferenças entre os discursos das publicações, com viés descritivo predominante na FSP e uma tendência pré-campanha mais pronunciada em OESP. Reconhecemos que os meios de comunicação não são provedores neutros de informação, mas também que o resultado final das coberturas é ainda função de escolhas de profissionais envolvidos no processo de produção noticiosa, que agem segundo padrões de princípios éticos, rotinas práticas e critérios internos caros ao jornalismo.

Consideramos, por fim, que a análise apresentada permite alguns insights sobre as formas como o uso da mídia digital pode alterar as estruturas de oportunidade política para atores da sociedade civil, bem como o próprio caráter das ações coletivas. Julgamos que, no caso analisado, a internet funcionou mais como meio complementar à comunicação de massa do que um meio alternativo à mídia comercial massiva, elevando a capacidade concorrencial da cidadania frente a outros atores envolvidos na disputa por influência sobre o sistema político. Ou seja, comprovou-se, em linha com estudos sobre os impactos da comunicação digital sobre o ativismo político, que o MCCE se beneficiou da internet e de outras mídias digitais para a veiculação direta de material informativo (como nos releases e notícias que compuseram o corpus empírico deste trabalho), para a redução de custos de comunicação, para a mobilização de novos membros, para pressão direta sobre a esfera política formal. Mas as práticas de comunicação digital do movimento não se constituíram apartadas do campo mais amplo da mídia massiva, servindo antes como complementos a estratégia principal: obter visibilidade nos meios de comunicação de massa tradicionais.

O resultado da análise confirma que a internet vem exercendo um papel significativo na política, embora não a altere por si só. Reforça ainda o contraponto a relatos que concebem a comunicação digital como “mídia alternativa”, separada do sistema mais amplo da mídia, quando a internet deve ser compreendida em integração com outras esferas da vida e próprio domínio da mídia tradicional de massa (Dahlgren, 2009; Della Porta, 2011; Mata, 2011). E sem incorrer no determinismo tecnológico típico do início do debate sobre comunicação digital e ativismo político, reconhecemos que a configuração em rede do MCCE, uma coalizão flexível e horizontal de atores da sociedade civil, sem vínculos hierárquicos e ideológicos densos, é hoje indissociável da estrutura organizacional e operacional das redes digitais.

Nesse sentido, acreditamos que a campanha Ficha Limpa colocou em cena uma nova visão de ação coletiva (Blem, 2012), levada a cabo por cidadãos incorporados a redes sociais e a ambientes organizacionais complexos, dotados de capacidade de comunicação permanente e que se movem facilmente entre causas políticas e sociais, sem necessariamente nutrir sentimentos de pertencimento a organizações formais e informais as quais estão expostos. Ancorada no apelo a temas proeminentes no ambiente sociopolítico brasileiro recente, marcado por escândalos de corrupção e descrédito crônico da classe política entre a população, e

motivada pela mensagem clara e intuitiva contida em sua expressão chave, a mobilização se alimentou da funcionalidade de seus enquadramentos na promoção de sentimentos de repúdio a indignidades cotidianas da política. Constituiu-se, assim, em um já histórico episódio de experimentação de significados e dificuldades inerentes a um processo de aprofundamento democrático na sociedade brasileira.

Referências Bibliográficas

- Avritzer, Leonardo. (2009). Sociedade civil e participação no Brasil democrático. Em Avritzer, Leonardo. (Org.). *Experiências nacionais de participação social*. São Paulo: Cortez, pp. 27-54.
- Avritzer, Leonardo. (2011). Governabilidade, sistema político e corrupção no Brasil. Em Avritzer, Leonardo., & Filgueiras, Fernando. (Org.) *Corrupção e sistema político no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, pp. 43-62.
- Avritzer, Leonardo. (2012). Democracy beyond aggregation: the participatory dimension of public deliberation. *Journal of Public Deliberation*, 8(2).
- Avritzer, Leonardo., & Anastasia, Fátima. (2006). Introdução. Avritzer, Leonardo., & Anastasia, Fátima (Org.) *Reforma política no Brasil*. Belo Horizonte: UFMG, pp. 11-14.
- Bennett, Walter L. & cols. (2004). Managing the public sphere: journalistic construction of the great globalization debate. *Journal of Communication*, 54(3), 437-454.
- Bignotto, Newton. (2011). Corrupção e opinião pública. Em Avritzer, Leonardo., & Filgueiras, Fernando. (Org.) *Corrupção e sistema político no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira pp. 15-42.
- Bimber, Bruce. (2012). Digital media and citizenship. Em Semetko, Holli A., Scammell, Margaret. (Ed.). *The SAGE Handbook of Political Communication*. New Delhi: SAGE, pp. 115-126.
- Bohman, James. (1996). *Public deliberation: pluralism, complexity and democracy*. Cambridge: MIT Press.
- Breuer, Anita., Farooq, Bilal. (2012). *Online political participation: slacktivism or efficiency increased activism?* Evidence from the Brazilian Ficha Limpa campaign. Paper preparado para apresentação na convenção anual da ISA. San Diego, abr..
- Bucy, Erik P., & GREGSON, Kimberly S. (2001). Media participation - a legitimizing mechanism of mass democracy. *New Media & Society*, (3)93, 357-380.
- Coelho, Vera S. P., & Nobre, Marcos. (2004). Apresentação. Em Coelho, Vera S. P., & Nobre, Marcos. (Org.) *Participação e deliberação - teoria democrática e experiências institucionais no Brasil contemporâneo*. São Paulo: Ed. 34, pp. 11-18.
- Coleman, Stephen Blumer, Jay G. (2009). *The internet and democratic citizenship: theory, practice and policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Coleman, Stephen., Blumer, Jay G. (2012). The internet and citizenship: democratic opportunity or more of the same? Em Semetko, Holli A., & Scammell, Margaret. (Ed.). *The SAGE Handbook of Political Communication*. New Delhi: SAGE, pp. 141-152.
- Croteau, David R., & Hoynes, William. (1994). *By invitation only: how the media limit political debate*. Monroe: Colmon Courage Press.
- Dahlgren, Peter. (2009). *Media and political engagement. citizens, communication and democracy*. New York: Cambridge University Press.

- Della Porta, Donatella. (2011). Communication in movement. *Information, Communication and Society*, 14(6), 800-819.
- Della Porta, Donatella., & Diani, Mario. (2006). *Social movements: an introduction*. Malden: Blackwell.
- Ferree, Myra M. e cols. (2002). *Shaping abortion discourse - democracy and the public sphere in Germany and the United States*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gamson, William. (2004). Bystanders, public opinion and the media. Em Snow, David A. e cols. (Ed.) *The Blackwell companion to social movements*. Oxford: Blackwell. pp. 242-261.
- Gamson, William. (2011). *Falando de politica*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Gamson, William., & Modigliani, Andre. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. *American Journal of Sociology*, Chicago, 95(1), 1-37.
- Gamson, William., & Wolfsfeld, Gadi. (1996). Movements and media as interacting systems. Em Dalton, Russell (Ed.). (1993). Citizens, protest and democracy. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 528, 114-125.
- Gans, Herbert J. (1979). *Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage.
- Gaventa, John. (2004). Prefacio. Em Coelho, Vera S. P., & Nobre, Marcos (Org.). (2004). Participação e deliberação — teoria democrática e experiências institucionais no Brasil contemporâneo. São Paulo: Ed. 34. pp. 7-9.
- Gitlin, Todd. *The whole world is watching: mass media in the making and unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Gomes, Wilson e cols. (2012). Democracia digital no Brasil: as características da participação no Estado brasileiro.
- Gomes, Wilson. (2008). Da discussão a visibilidade. Em Maia, Rousiley. C. M., & Gomes, Wilson. (Ed.). Comunicação e democracia: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus. pp. 117-162.
- Habermas, Jürgen. (1997). Direito e democracia - entre facticidade e validade. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro,
- Habermas, Jürgen. (2006). Political communication in media society: does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, (16), 411-426.
- K, Bert. (1992). The social construction of protest and multiorganizational fields. Em Morris, Aldon D., & Mueller, Carol M. (Ed.). *Frontiers in social movement theory*. New Haven: Yale University Press. pp. 77-103.
- Klandermans, Bert., & Goslinga, Sjoerd. (1996). Media discourse, movement publicity and the generation of collective action frames: theoretical and empirical exercises in meaning construction. Em McAdam, Doug; McCarthy, John. D., Zald, Mayer. N. (Ed.). *Comparative perspectives on social movements — political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings*. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 312-337.
- Maia, Rousiley C. M. (2006). Mídia e deliberação: atores críticos e o uso público da razão. Em Maia, Rousiley C. M., & Castro, Maria. C. P. S (Org.). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: UFMG. pp. 153-179.
- Maia, Rousiley. C. M. (2007). Deliberative democracy and public sphere typology. *Estudos em Comunicação*, 1, 69-102.
- Maia, Rousiley C. M. (2008). Visibilidade midiática e deliberação pública. Em Maia, Rousiley., & Gomes, Wilson. (Ed.). *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, pp. 165-194.

- Maia, Rousiley C. M. (2009). Mediated deliberation: the 2005 referendum for banning firearm sales in Brazil. *The International Journal of Press/Politics*, 14(3), 313-334.
- Maia, Rousiley C. M. (2011). Internet e esfera civil: limites e alcances da participação política. Em Maia, Rousiley C. M., Gomes, Wilson., & Marques, Francisco P. J. A. (Org.) *Internet e Participação Política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 47-94.
- McAdam, Doug e cols. (1996). Introduction: opportunities, mobilizing structures, and framing processes — toward a synthetic, comparative perspective on social movements. Em McADAM, Doug; McCARTHY, John D.; ZALD, Mayer N. (Ed.). *Comparative perspectives on social movements — political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings*. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 1-20.
- McCarthy, Jonh D., Smith, Jackie., & Zald, Mayer N. (1996). Accessing public, media, electoral and governmental agendas. Em McADAM, Doug; McCARTHY, John D.; ZALD, Mayer N. (Ed.). *Comparative perspectives on social movements — political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings*. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 291-311.
- Moises, José A., & Carneiro, Gabriela P. (2010). Democracia, desconfiança política e insatisfação com o regime — o caso do Brasil. Em M, José A. (Org.) *Democracia e confiança — por que os cidadãos desconfiam das instituições públicas?* São Paulo: Edusp. pp. 149-184.
- Norris, Pippa. (2000). *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pan, Zhongdang, Kosicki, Gerald M. (2001). Framing as strategic action in public deliberation. In: REESE, Stephen; Gandy JR, Oscar H., & Grant, August E. (Ed.). *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social life*. New Jersey: Lawrence Erlbaum pp. 35-66.
- Rucht, Dieter. (2007). The quadruple 'A': media strategies of protest movements since the 1960s. Em Donk, Win. V. de e cols. (Ed.) *Cyberprotest. new media, citizens and social movements*. London: Routledge. pp. 29-56.
- Ryan, Charlotte. (1991). *Prime time activism: media strategies for grassroots organizing*. Boston: South End Press.
- Shoemaker, Pamela., Reese, Stephen. (1996). *Mediating the message: theories of influence on mass media content*. New York: Longman.
- Sousa, José M. de. (2010). *O combate a corrupção eleitoral no Brasil: mobilização social e eficácia da lei 9.840/99*. Monografia. (especialista em Democracia Participativa, República e Movimentos Sociais). Belo Horizonte.
- Tuchman, Gaye. (1978). *Making News. A study in the construction of reality*. New York: The Free Press.
- Turner, Ralph H., & Killian, Lewis. M. (1987). *Collective behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Vliegenthart, Rens., & Walgrave, Stefaan. (2012). The interdependency of mass media and social movements. Em Semetko, Holli A., & Scammell, Margaret. (Ed.). (2012). *The SAGE Handbook of Political Communication*. New Delhi: SAGE. pp. 387-398.
- Wampler, Brian., & Avritzer, Leonardo. (2004). Públicos participativos: sociedade civil e novas instituições no Brasil democrático. Em Coelho, Vera S. P., & Nobre, Marcos. (Org.). *Participação e deliberação — teoria democrática e experiências institucionais no Brasil contemporâneo*. São Paulo: Ed. 34. pp. 210-238

Recebido em 02/08/2017
Revisado em 17/10/2017
Aceito 07/12/2017