

Silva, Terezinha

Comunicação e mobilização: o movimento 'Não Foi Acidente' e a campanha em torno de um problema público
no Brasil

Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 37, núm. 2, julio-diciembre, 2014, pp. 113-132

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69832559006>



*Intercom - Revista Brasileira de Ciências da
Comunicação,*

ISSN (Versão impressa): 1809-5844

intercom@usp.br

Sociedade Brasileira de Estudos

Interdisciplinares da Comunicação

Brasil

Comunicação e mobilização: o movimento ‘Não Foi Acidente’ e a campanha em torno de um problema público no Brasil*

DOI 10.1590/1809-584420145

Terezinha Silva**

Resumo

A partir da abordagem de acontecimento em Quéré (1997; 2005), de problema público em Gusfield (2009) e de enquadramento em Goffman (1991), o artigo analisa a emergência e as ações do movimento *Não Foi Acidente*, no desenvolvimento de uma campanha, potencializada por mídias sociais, para apresentar ao Congresso Nacional um projeto de lei de iniciativa popular visando modificar o Código de Trânsito e endurecer a penalização para quem beber e dirigir. Analisa-se o conteúdo de matérias jornalísticas veiculadas em mídias eletrônicas e digitais, além de comentários postados por internautas no blog do NFA e em seu perfil no Facebook. A análise mostra como a definição da situação-problema condiciona o tratamento proposto.

Palavras chave: Comunicação e mobilização. Movimento *Não Foi Acidente*. Álcool e volante. Problema Público. Acontecimento.

* Uma primeira versão deste artigo foi apresentada ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cidadania do XXII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal da Bahia, Salvador, de 04 a 07 de junho de 2013. O texto foi revisto e ampliado após o debate com os participantes do GT e a análise dos pareceristas da Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, aos quais registro meus agradecimentos. Sou grata ainda ao CNPq pelo apoio a esta pesquisa.

** Professora doutora do curso de Comunicação Social, onde atua como colaboradora do Departamento de Comunicação, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Belo Horizonte-MG, Brasil. E-mail: terezinhasilva@yahoo.com

Communication and mobilization: the movement 'It Was Not Accident' and the campaign around a public problem in Brazil

Abstract

From the approach of event in Quéré (1997, 2005), the public problem in Gusfield (2009) and framing in Goffman (1991), the article analyzes the emergence and actions of the movement *It Was Not Accident*, which develops campaign, boosted by social media, to submit to Brazilian Congress a bill popular initiative aimed at modifying the Traffic Code and toughen penalties for those who drink and drive. It analyzes the content of news stories broadcast in electronic and digital media, as well as comments posted by netizens on the NFA blog and their Facebook profile. The analysis shows how the definition of the problem situation conditions the proposed treatment.

Keywords: Communication and Mobilization. Movement *It Was Not Accident*. Drinking-driving. Public Problem. Event.

Comunicación y movilización: el movimiento 'No Fue un Accidente' y la campaña en torno a un problema público en Brasil

Resumen

Con base en el enfoque de acontecimiento en Quéré (1997, 2005), de problema público en Gusfield (2009) y de encuadre en Goffman (1991), se analiza el surgimiento y las acciones del movimiento *No Fue un Accidente*, que desarrolla una campaña, potenciada por medias sociales, para presentar al Congreso Brasileño un proyecto popular de ley destinado a modificar el Código de Tránsito y elevar la pena para los que mezclan alcohol y conducción. Analizamos el contenido de noticias periodísticas, así como comentarios publicados por los internautas en el blog del NFA y en su perfil en el Facebook. En la conclusión indicamos cómo el tratamiento propuesto es condicionado por la definición de la situación-problema.

Palabras clave: Comunicación y movilización. Movimiento *No Fue un Accidente*. Alcohol y conducción. Problema público. Acontecimiento.

Introdução

A mistura entre bebidas alcoólicas e direção veicular tornou-se, nos últimos anos, um tema com centralidade na agenda pública e midiática, mobilizando discursos e ações de diferentes atores em várias arenas: mídias, poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, organizações da sociedade civil etc. Na análise da constituição desse problema no Brasil tem sido insti-

gante observar como ele tem provocado a emergência – ou dado visibilidade à existência – de várias organizações civis atuantes na prevenção a ocorrências de trânsito, sobretudo às relacionadas ao problema do “álcool ao volante”¹. No presente texto, tomamos como objeto de estudo um destes movimentos, chamado *Não Foi Acidente* (NFA), que emerge em outubro de 2011, data em que iniciou uma mobilização, potencializada por ações em mídias sociais, para coletar assinaturas e apresentar ao Congresso Nacional um projeto de lei de iniciativa popular visando modificar aspectos da legislação brasileira de trânsito.

A análise se inspira em aportes do pragmatismo (DEWEY, 1980; QUÉRÉ, 1997; 2005), do interacionismo simbólico (GOFFMAN, 1991) e da sociologia dos problemas públicos (GUSFIELD, 2009). Procuramos destacar a imbricação entre acontecimentos, sua publicização, a configuração de problemas públicos e a ação dos que são por eles afetados, além de possíveis disputas na definição ou enquadramento dos acontecimentos e problemas, e nos tratamentos propostos. A partir desta perspectiva, descrevemos e analisamos a forma como surge o movimento *Não Foi Acidente* (NFA); como se apropria de diferentes mídias na mobilização que realiza; como seus apoiadores definem ou enquadram a situação-problema do álcool ao volante; quais propostas de tratamento são apresentadas e que valores sociais são aí evidenciados.

O acontecimento na organização da experiência e da ação

Um acontecimento tem “poder hermenêutico”, conforme a abordagem proposta pelo sociólogo Louis Quéré (1997; 2005). Para

¹ A “constituição do problema público” é entendida aqui como um *processo* social, cultural e historicamente marcado, a partir do qual uma determinada situação considerada problemática ou perturbadora vai progressivamente, a partir de sucessivos acontecimentos, configurando-se como um problema coletivo, interpelando e provocando ações e discursos de diversos atores na cena pública, em torno da sua definição e formas de tratamento. O movimento *Não Foi Acidente*, o acontecimento que o motivou, os atores implicados e a ação de mobilização desencadeada – analisados aqui – fazem parte desse processo mais amplo e complexo de constituição do problema público.

este autor, o acontecimento é algo que provoca uma ruptura na experiência de indivíduos e/ou coletivos; que interpela os atores a agir para recompor o fluxo da normalidade; que tem potencial para esclarecer o passado e abrir novas possibilidades de futuro; que revela problemas da vida coletiva. É nesta configuração dos problemas públicos que Quéré vê um laço estreito entre acontecimentos e ação, inclusive a ação coletiva. Convertidos em problemas públicos, diz o autor, os acontecimentos abrem perspectivas para ação coletiva – aquela feita conjuntamente, por sujeitos constituídos, em diferentes níveis, na e pela ação (SILVA, 2011).

Na (re) organização da experiência e da ação, um momento fundamental é a definição ou descrição de uma situação ou acontecimento: como eles são categorizados e inscritos em certos “quadros da experiência” (GOFFMAN, 1991), ou seja, enquadrados, definidos, nomeados. Goffman (1991, p.19) define “quadros” como “princípios de organização ou elementos de base que estruturam os acontecimentos” e que servem aos atores para compreender e definir o que está acontecendo, permitindo, assim, orientar sua ação e participação numa determinada situação. O “enquadramento” pode ser entendido, então, como a mobilização desses quadros de sentido. É um conceito que nos ajuda a identificar como um acontecimento é dito por diferentes atores. A forma de enquadrá-lo, por sua vez, condiciona discursos e ações dos atores (SILVA, 2011).

Ainda conforme Quéré (2003), o processo de problematização e publicização de acontecimentos instaura – na busca pela definição e resolução dos problemas revelados – um modo de agir conjuntamente que é o de “público”, no sentido pragmatista do termo (DEWEY, 1980; 2001). Na visão pragmatista, o público não é um coletivo concreto pré-existente e sim “uma forma” – de engajamento e de ação – constituída na experimentação coletiva de um fenômeno, em um contexto específico (QUÉRÉ, 2003). É um público interessado ou atingido pelos problemas revelados por determinados acontecimentos, que sofre e é afetado por esta experiência, mas também atua, reage e faz escolhas (FRANÇA; ALMEIDA, 2008).

As mídias em geral e o Jornalismo em particular têm um papel importante na publicização e debate dos acontecimentos, e dos problemas por eles expostos. Eles são suportes da identificação e exploração dos acontecimentos, da discussão e das controvérsias públicas visando a elaboração de soluções (QUÉRÉ, 2005). E tal processo ganha novos contornos e possibilidades no cenário contemporâneo: a apropriação da internet e redes sociais online por parte dos cidadãos pode estimular ou potencializar novas formas de mobilização, ativismo e participação política na discussão e busca de solução para os problemas coletivos.

Problema público e suas apropriações: disputas pela definição e tratamento

Se a perspectiva de Quéré e Dewey nos aponta para a relação entre acontecimento, constituição de problemas e de públicos, e a ação de indivíduos e coletivos afetados ou interessados, a sociologia dos problemas públicos, particularmente a abordagem proposta por Joseph Gusfield ([1981] 2009), nos dá elementos para pensar a ancoragem de um problema público – o álcool ao volante – numa determinada cultura política. A perspectiva de Gusfield permite lançar luz sobre disputas e posições de poder (político, econômico, simbólico) na definição e tratamento dos problemas; das escolhas feitas, soluções legitimadas e alternativas desconsideradas; dos atores engajados e daqueles cuja ausência não é questionada; da atribuição de responsabilidades etc.

Um “problema público” pode ser compreendido, conforme o proposto por Gusfield (2009), como aqueles problemas sociais cuja definição, sempre disputada, aponta para o interesse geral ou para a ordem pública, reivindica a promoção do bem público e demanda modos de regulação por meio de dispositivos de ação pública. Na concepção de Gusfield, para que uma situação se torne um “problema público” implica:

- a) que seja assumida, enquanto problema, pela sociedade em função de sua importância coletiva – o que varia historicamente conforme a sensibilidade moral e a concepção de

interesse público que vigoram num determinado tempo e contexto;

- b) que suscite debate contraditório nas arenas públicas, ou seja, nos lugares onde ocorre a publicização, discussões e ações visando a sua solução: mídias, poderes públicos, tribunais, movimentos cidadãos, espaços acadêmicos etc.;
- c) que esteja ligada a uma ação pública visando a sua resolução, o que pode envolver não apenas os poderes públicos como também instituições privadas, associações cívicas etc.

Gusfield nos orienta a considerar que há várias possibilidades de categorizar os fenômenos como problemas e de conceber soluções, assim como diferentes instituições que podem ser responsáveis por fazer algo. Três noções são centrais na abordagem desse autor: a de responsabilidade (*responsibility*) causal e política, e a de propriedade (*ownership*) do problema. A “propriedade” refere-se à “capacidade para criar ou para orientar a definição pública de um problema”, indicando “quem tem o poder de descrevê-lo e de prescrevê-lo”, o que, geralmente, é motivo de disputas e controvérsias. Tal noção permite ver não só quem procura se “apropriar” do problema, quanto quem busca “renegá-lo” ou não se envolver com ele – como parece ser o caso, por exemplo, dos fabricantes de automóveis e cervejarias, no que se refere à segurança no trânsito no Brasil. Já a “responsabilidade causal” remete à explicação das causas de um acontecimento ou situação. A noção de “responsabilidade política”, por sua vez, designa quem é encarregado de controlar ou resolver a situação-problema, remetendo ao âmbito da política pública. Os três aspectos podem coincidir na mesma pessoa/instância, mas não necessariamente (GUSFIELD, 2009, p.12-17).

O álcool ao volante como problema público no Brasil: a Lei Seca como marco da controvérsia pública

Seguindo a perspectiva de Gusfield (2009), podemos afirmar que é somente nos anos recentes que a mistura entre álcool e di-

reção veicular tornou-se um problema público no Brasil. O tema começa a ganhar visibilidade no começo dos anos 90, quando a relação entre bebidas alcoólicas e condução de veículos passou a ser, de alguma forma, abordada tanto pela legislação quanto por reportagens nos meios de comunicação. Naquele período, a imprensa divulgava informações sobre o comportamento dos motoristas brasileiros no trânsito e incluía o consumo de bebidas alcoólicas como um dos motivos apontados pelas estatísticas do Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), no ano de 1989, para o crescimento de acidentes automobilísticos envolvendo vítimas fatais no Brasil – “o país mais violento do mundo sobre rodas”, segundo reportagem da revista *Super*, de novembro de 1992². A imprensa divulgava ainda uma série de ocorrências de trânsito relacionadas à ingestão de bebidas alcoólicas, com maior ou menor repercussão dependendo dos atores proeminentes implicados na condução dos veículos ou do número de vítimas fatais³.

No âmbito da legislação, duas leis começam a tratar do tema nos anos 90: a Lei nº 9.294, sancionada em 15/07/1996 pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso, e, especialmente, a Lei nº 9.503, que instituiu o Código de Trânsito Brasileiro (CTB), em 23/09/1997. Uma década depois outra lei (nº 11.275, de 07/02/2006) será promulgada, já no governo do então presidente Lula, alterando três artigos do Código de Trânsito Brasileiro, sobretudo no que se refere ao consumo de bebidas e direção veicular⁴. O marco legal mais importante, porém, no percurso deste problema público é a promulgação da Lei 11.705, em 19 de junho de 2008, que altera a legislação dos anos 90 e que passou a ser conhecida no Brasil como “Lei Seca”. Conforme discursos publicizados na imprensa no período, a Lei Seca “endurece” as penalidades para quem misturar álcool e direção.

² Ver: “De louco, todo mundo tem um pouco”. Revista *Super*, N.062, de novembro de 1992, disponível em: <http://super.abril.com.br/cotidiano/violencia-transito-louco-todo-mundo-tem-pouco-440495.shtml>. Acesso: março de 2012.

³ Ver, por exemplo: “O efeito animal”, revista *Veja*, edição 1.619, de 13/10/1999. Disponível em: http://veja.abril.com.br/131099/p_110.html. Acesso: março de 2012.

⁴ As leis referenciadas neste artigo estão disponíveis em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03. Acesso: março de 2012.

A Lei Seca desata uma série de reações – imediatamente, e nos anos seguintes à sua promulgação, quando passou por várias mudanças. Recebeu apoios, críticas, indicações sobre seus limites e/ou sobre a necessidade de aumentar as campanhas educativas e a fiscalização para o cumprimento da norma. Além disso, desencadeia um conjunto de iniciativas por parte de diversas instituições, como a realização de *blitze* da Polícia Militar em vários estados, autuações e prisões de motoristas no período seguinte; ações alegando a inconstitucionalidade da lei, impetradas na Justiça por entidades representativas de bares e restaurantes e por motoristas surpreendidos em *blitze* ou envolvidos em acidentes constantemente noticiados pelos meios de comunicação; reações dos poderes Judiciário, Legislativo e Executivo. A própria imprensa divulga quase diariamente ocorrências relacionadas ao cumprimento ou transgressão da nova norma, entre as quais aquelas em que motoristas passam a se recusar a fazer o teste do bafômetro sob o argumento de que ninguém é obrigado, por princípio constitucional, a produzir provas contra si. Este fato, aliás, passará a ser um dos principais pontos da controvérsia por colocar em confronto direito individual e direito coletivo.

É a partir da Lei Seca, portanto, que a mescla entre álcool e direção, e o seu combate como ação de prevenção a ocorrências de trânsito, entram definitivamente para o centro da controvérsia, da ação e da atenção públicas no Brasil como um tema que afeta a coletividade pelas consequências que traz em diferentes esferas. Antes considerado um assunto do âmbito privado (beber e dirigir), tal comportamento passou a ter centralidade enquanto tema de importância coletiva, a ser amplamente discutido e problematizado, seja nas conversas cotidianas dos cidadãos ou em debates midiáticos ou não. É no contexto destas discussões e de um acontecimento com ampla repercussão público-midiática no país, ocorrido em setembro de 2011, que surge o movimento *Não Foi Acidente* e a mobilização então iniciada – objeto sobre o qual nos debruçamos aqui.

Procedimentos metodológicos

Nossa análise, conforme destacado, apoia-se na compreensão do acontecimento como elemento fundamental na organização da experiência e da ação, no seu potencial de revelação de problemas em torno dos quais um público pode emergir e atuar na definição e busca de soluções. Procuramos, mais precisamente, identificar o contexto e radiografar a forma como emerge o movimento *Não Foi Acidente*, a maneira como ocupa diferentes ambientes sócio-comunicacionais para problematizar uma situação, propor-lhe uma determinada definição e impulsionar uma ação coletiva em torno de uma proposta de tratamento ao problema.

O *corpus* da análise é constituído por 16 matérias jornalísticas veiculadas em mídias eletrônicas e digitais, entre 18 de setembro e 03 de novembro de 2011, e acessíveis via internet. Elas se referem ao contexto em que surgiu o movimento e ao começo da campanha de coleta de assinaturas para o projeto de lei de iniciativa popular. Além disso, o *corpus* inclui um total de 526 comentários coletados de postagens feitas por internautas no blog do *Não Foi Acidente* e em seu perfil no Facebook. A coleta foi realizada entre os dias 04 e 14 de julho de 2012. No caso do Facebook, coletamos e analisamos 183 comentários: 162 deles feitos em 19 de outubro de 2011, para incluir os primeiros dias da campanha de assinaturas, e 21 feitos em 30 de abril de 2012 à “Carta ao Povo Brasileiro”, postada pelo NFA e na qual critica supostos limites da modificação proposta em abril pela Câmara Federal à Lei Seca.

No caso do blog, tratam-se de 333 comentários. Destes, 29 foram feitos à “Carta ao Povo Brasileiro” entre os dias 30 de abril e 10 de junho de 2012. Os outros 304 são provenientes de escolha mais ou menos aleatória: as últimas dez páginas de comentários postados por quem assinou a petição pública no blog do NFA. Estes 304 últimos comentários à petição foram feitos até 14 de julho 2012 – dia em que fizemos esta coleta específica.

Do drama privado à ação coletiva: a emergência do movimento NFA

O movimento *Não Foi Acidente* (NFA) surge a partir de um acontecimento, ocorrido em 17 de setembro de 2011, que afeta a experiência de um cidadão da cidade de São Paulo, Rafael Baltresca – um engenheiro de formação, à época com 31 anos, que trabalha como mágico e palestrante motivacional. Órfão de pai, naquele dia ele perdeu também a mãe e a irmã – a dona de casa Miriam Baltresca, 58 anos, e a advogada Bruna Baltresca, 28 anos, respectivamente. Elas morreram atropeladas quando saíram do shopping Villa Lobos, na zona Oeste de São Paulo. Segundo os relatos divulgados pela imprensa no período, o motorista – Marcos Alexandre Martins, bibliotecário, de 33 anos – dirigia a mais de 100Km/h, apresentava sinais de embriaguez, mas não fez o teste do bafômetro. Foi preso no local, indiciado por homicídio doloso (quando tem intenção ou assume o risco de matar), mas solto dias depois para responder ao processo em liberdade. O acontecimento teve ampla repercussão na imprensa nacional e continua ainda reverberando em distintos espaços sociais e midiáticos⁵.

Dias após, em 20 de setembro, em entrevista ao programa *Mais Você*, da TV Globo, Rafael Baltresca anuncia que iniciará uma “campanha de conscientização”, pede o apoio da apresentadora Ana Maria Braga à causa, fala da necessidade de mudar a legislação de trânsito para “mudar o comportamento das pessoas” e diz querer que o acontecimento envolvendo sua família não caia no esquecimento, “como tantos e tantos”, mas que seja “um exemplo de mudança”.

⁵ A ocorrência que resultou na morte de Mirian e Bruna Baltresca, a repercussão na mídia e o início da mobilização pela mudança na legislação podem ser acessadas, por exemplo, nas seguintes fontes, que integram o nosso *corpus*: *Programa do Datena*, Band TV, 18/09/2011; *Jornal O Globo*, 19/09/2011; *Folha de S.Paulo*, 19/09/2011, 03/10/2011, 15/10/2011 e 20/10/2011; Rede Record, 20/09/2011; Programa *Mais Você*, TV Globo, 20/09/2011; Rádio Estadão ESPN, 21/09/2011; *Jornal do SBT Noite*, 22/09/2011; Site G1, 14/10/2011; *Jornal da TV Cultura*, 15/10/2011; JG, 15/10/2011; *Jornal Nacional*, TV Globo, 18/10/2011; Revista *Veja São Paulo*, 02/11/2011; SPTV, 03/11/2011. Todos estão disponíveis nos sites dos respectivos veículos, no Youtube e/ou no blog do NFA, e foram acessados em abril de 2012.

No mesmo dia desta entrevista, Rafael Baltresca cria no Facebook a “Comunidade ‘*Campanha Não Foi Acidente*’”, postando, em 22 de setembro, o vídeo da entrevista concedida à Ana Maria Braga. Em outras entrevistas, de rádio e televisão, no dia 21 de setembro, diz que vai “lutar e tentar ajudar a fazer justiça no Brasil”, começando “uma campanha no Facebook”. Também expressa a necessidade de mudar tanto a lei quanto o comportamento das pessoas – “um está diretamente ligado ao outro” –, citando o caso do uso do cinto de segurança no Brasil, cuja obrigatoriedade estabelecida em lei teria levado a uma mudança comportamental.

No Facebook, ele faz outra postagem em 25 de setembro – fotos com a mãe e a irmã –, e em 27 de setembro, posta mensagem interpelando os internautas a participarem de “uma missão (...) que pode mudar a sua vida e a vida de muitas pessoas”. Após os primeiros *posts*, sempre com mais de 100 pessoas que “curtiram” e dezenas de comentários, o perfil no Facebook é atualizado em 14 de outubro de 2011, quando anuncia a criação de um blog e o início da campanha de coleta de assinaturas para apresentação do projeto de lei de iniciativa popular ao Congresso Nacional. O objetivo explicitado é alterar a legislação de trânsito brasileiro – “tão branda para os que bebem, dirigem e matam”, segundo Rafael Baltresca, na descrição que faz no Facebook:

Minha irmã, mãe e tantos outros que morreram nas mãos de IMPRUDENTES terão voz. A corrida começou... precisaremos de 1.300.000 (Um milhão e trezentas mil) assinaturas. Ajudem-nos a divulgar. Cliquem em www.NaoFoiAcidente.com.br e assinem nossa Petição Pública (...). [Rafael Baltresca, *post* de 14/10/2011, perfil do NFA no Facebook. Destaque no original].

Afetado pelo acontecimento que resultou na morte da mãe e da irmã, ele se posiciona, problematiza e politiza o ocorrido. Faz uma escolha: desloca a ocorrência do âmbito privado, da dor pessoal pela perda de familiares, e a inscreve no âmbito de um problema que atinge outras pessoas e cuja resolução demanda a mobilização e a ação conjunta com outros cidadãos.

Uma mobilização no ciberespaço e em outros espaços

A *apropriação de diferentes mídias* é uma dimensão importante na análise do surgimento e atuação do movimento NFA. As ações empreendidas pela campanha acontecem em vários espaços sócio-comunicacionais, mas, sobretudo, por meio da internet e redes sociais, em especial o Facebook. Duas manifestações públicas, denominadas “Caminhada pela Vida”, foram realizadas na cidade de São Paulo, nos dias 15 – que marcou o início da coleta de assinaturas – e 20 de outubro de 2011. Participaram cerca de 100 pessoas em cada um dos atos. Entre elas, parentes e amigos de vítimas fatais de ocorrências de trânsito, segundo os relatos jornalísticos. O movimento tem participado ainda de debates promovidos por outras entidades, como a Frente Parlamentar contra a Violência no Trânsito, Ordem dos Advogados do Brasil (OAB/São Paulo) e Associação Paulista de Medicina, conforme informações de sua página no Facebook.

Nas mídias, tradicionais e novas, o NFA divulga conteúdos, posicionamentos e ações do movimento. O blog, com atualização variável, traz a petição pública para assinatura e reverbera notícias divulgadas sobre mortes no trânsito ou sobre a própria campanha. Também informa sobre manifestações contra a violência e pela paz no trânsito realizadas por outros movimentos civis, em distintas cidades do país; anuncia a adesão de grupos ou figuras públicas da cena social brasileira à causa do NFA; e lista o nome de pessoas, empresas e instituições parceiras. Indica e dá a ver, portanto, a existência de uma rede mais ampla de pessoas ou grupos que compartilham a proposta de mudança, discute ou atua em relação ao problema do álcool ao volante.

Numa seção denominada “Por quem”, o blog faz uma “homenagem” a pessoas mortas em várias cidades brasileiras, desde os anos 80, em ocorrências que teriam envolvido direção e bebidas alcoólicas⁶. As informações e fotos são enviadas ao blog por familiares ou amigos. “Eles não são números, são rostos. São pessoas

⁶ Em 29/07/2013, eram 256 pessoas.

felizes, amadas e que tinham uma vida inteira pela frente. A luta é por *justiça*, pelo fim da *impunidade*, pelo *respeito* que temos aos que se foram e por *amor* aos que ainda estão conosco [...]"⁷.

Além disso, o blog remete aos links da campanha: um canal no Youtube, uma conta no microblog Twitter e uma página no Facebook. Estes propagam seus conteúdos, notícias divulgadas pela imprensa ou por outras organizações com atuação na prevenção a ocorrências de trânsito no Brasil e no exterior⁸.

É principalmente no Facebook que a campanha se propaga diariamente, ganhando novos adeptos e assinaturas ao projeto. Em 24/10/2011 – dez dias após o início da campanha – as assinaturas somavam 88.000, passaram para cerca de 130.000 em 07/01/2012, e ultrapassavam 500.000 em 30/06/2012. No ano seguinte, chegava a 853.110 apoiadores em 15/02/2012 e a 937.345 pessoas em 29/07/2013 – quase dois anos após o começo da mobilização⁹. No Facebook, o NFA e seus adeptos postam e compartilham as notícias publicadas nas mídias sobre o movimento ou sobre ocorrências de trânsito; peças publicitárias da campanha ou de iniciativas semelhantes feitas por outras organizações, além de fotos, cartuns e charges abordando o tema, vídeos e imagens de personalidades públicas manifestando sua adesão; e fazem apelos constantes para que os internautas assinem e divulguem a petição pública.

Além do blog e das redes sociais, o movimento tem presença regular nas mídias tradicionais. A partir da iniciativa de desenvolver a campanha, de *se apropriar* ou reivindicar para si

⁷ Blog do NFA. Grifos no original. Disponível em: <http://naofoiacidente.org/blog/por-quem/>. Acesso: junho de 2012.

⁸ De 30/06/2012 para 29/07/2013, o canal do NFA no Youtube passou de 384 para 844 inscritos; os seguidores no Twitter, de quase 2.000 para 5.262; e as pessoas que “curtiram” a página no Facebook passaram de mais de 120 mil para mais de 411.800 pessoas. O blog do NFA é: <http://www.naofoiacidente.com.br/blog/>. Os links da campanha são: http://twitter.com/NFA_Oficial; <http://www.youtube.com/NaoFoiAcidente?gl=BR&hl=pt>; e <http://www.facebook.com/NaoFoiAcidente>

⁹ Fontes: Programa *Mais Você*/TV Globo, 24/10/2011 (<http://www.youtube.com/watch?v=cr0buE1uNYw&feature=BFa&list=PL3C366C7A5E6EB332>). Acesso: 30 jun.2012; Perfil do NFA no Facebook (<http://www.facebook.com/NaoFoiAcidente>). Acessos: 30 jun. 2012, 15 fev.2013 e 29 jul.2013.

também a “propriedade” deste problema público, o NFA tornou-se um ator e uma fonte jornalística com presença regular em reportagens. Tais espaços midiáticos, por sua vez, referenciam constantemente e, assim, retroalimentam a campanha. Em vários comentários postados por pessoas que assinaram a petição no blog do NFA, é possível ver que tomaram conhecimento da mobilização e decidiram endossá-la após terem visto matérias em programas televisivos.

Ao observar a forma como o movimento se apropria das mídias, portanto, vemos o quanto elas tiveram centralidade na estratégia de mobilização adotada pelo NFA. Da gestação ao desenvolvimento da campanha em busca de apoios necessários ao projeto, várias mídias foram acionadas e de forma complementar: a) as mais tradicionais, como a televisão e seus programas e telejornais, que anunciaram e deram visibilidade nacional ao movimento e sua causa; e b) as novas mídias e redes sociais digitais, como Blog, Facebook, Twitter e Youtube, que abrigaram seus conteúdos, incluindo a petição a ser assinada, e constituíram-se em espaço de propagação da campanha, de expressão e de articulação de seus públicos.

Definição, argumentos e valores sociais mobilizados

Nos comentários postados no blog e, principalmente, nos do Facebook, incluídos no *corpus*, muitos internautas limitam-se a dizer que já assinaram a petição pública, que fizeram a sua parte ou que estão encaminhando e solicitando apoio à sua rede de contatos. Outros, sobretudo no blog, incluem críticas às brechas da Lei Seca; sugerem outras mudanças em leis relacionadas direta ou indiretamente ao tema; expressam opiniões e críticas em relação aos poderes públicos aos quais atribuem a *responsabilidade política* por fazer algo (mudar a legislação, fiscalizar a sua aplicação, punir quem transgride as normas); elogiam e destacam a importância da iniciativa para mudar a lei e buscar justiça, fazem apelo para que outros participem; e dão depoimento sobre mortes de amigos ou familiares em acontecimentos similares no trânsito.

Na análise desses discursos publicizados pelo NFA e seus adeptos, é possível identificar a forma como os participantes *definem ou enquadram* a situação-problema do álcool ao volante, assim como certos valores *questionados ou reforçados* em suas *argumentações* a respeito do tema e as *propostas de solução* apresentadas. Destacamos a seguir o resultado da observação dessas dimensões analisadas.

A *definição ou enquadramento* predominante da situação vem expressa no próprio nome do movimento – “Não Foi Acidente” – e é reafirmada em comentários postados no blog e no Facebook. O ato de misturar álcool e direção e o que ele pode provocar (vitimar outras pessoas, por exemplo) não são resultado de uma fatalidade. “Não é acidente”, conforme os discursos: é “crime”, é “assassinato”, praticado por “irresponsáveis”, “inconsequentes” e “imprudentes”; que não pensam nas consequências de seus atos e vitimam os “justos”, os “inocentes”, “destroem famílias”, “provocam dor e sofrimento”; que não podem ter um tratamento diferente de quem mata “com uma arma de fogo”, deveriam ser “verdadeiramente punidos” e “estar na cadeia”¹⁰.

A definição ou enquadramento de uma situação é um princípio básico na organização da experiência, conforme Goffman (1991). Esses “quadros da experiência” – acionados por nós a todo momento para interpretar e dar sentido às ocorrências do mundo –, nos orientam, nos ajudam a compreender e a nos posicionar-mos na situação. Eles guiam e também condicionam nossas ações e discursos ante uma situação. Assim, no caso da campanha do NFA, a definição da situação-problema (um “crime”, praticado por quem “assume o risco” de dirigir após beber) também delimita a *proposta de resolução*, focada, sobretudo, no projeto de mudança da lei estabelecendo “tolerância zero” e endurecimento da penalização criminal para os motoristas. A estes é atribuída a *responsabilidade*

¹⁰ Categorizações e posicionamentos extraídos da análise dos comentários de: N.G., *Jornal da Cultura*, 15/10/2011; J.C.M., JG, 15/10/2011; N.A., Perfil do NFA no Facebook, 19/10/2011; N.R., Perfil do NFA no Facebook, 19/10/2011; M., Blog do NFA, 10/05/2012; G.M., assinatura na petição pública, Blog do NFA, s/d. Os nomes das pessoas foram abreviados para preservar suas identidades.

causal por parte considerável das ocorrências de trânsito que vitimam outras pessoas¹¹.

Na *argumentação* apresentada, a análise mostra a crença de que uma nova lei e formas mais rigorosas de punição contribuirão para conscientizar os cidadãos sobre as consequências de seus atos; para inibir más condutas, que seriam estimuladas pela impunidade; para mudar comportamentos e valores vigentes e estimular outros. Pelos argumentos, a lei atual seria “permissiva” – “a pessoa bebe, dirige em alta velocidade e mata [...], e não acontece absolutamente nada”¹². Também beneficiaria “os irresponsáveis que bebem e saem por aí matando pessoas inocentes [...] porque têm certeza da impunidade”¹³ ou “se sentem à vontade para beber e dirigir sem pensar no próximo”¹⁴. A mudança na lei representaria a possibilidade de que “as atitudes mudem com ela”; de que as pessoas se conscientizem sobre a maneira como suas “escolhas afetam toda a sociedade”¹⁵; ou, ainda, de evitar que “continuemos a sofrer as consequências dos abusos de pessoas irresponsáveis e sem amor ao próximo e a si mesmas”¹⁶.

Seja no apelo feito pelos que manifestam apoio à campanha e ao projeto para que outros também apoiem e se engajem, seja na crítica dirigida aos que misturam álcool e direção sem considerar as consequências para os demais, a análise mostra também a recor-

¹¹ O projeto de iniciativa popular para mudança no Código de Trânsito propõe: que a embriaguez ao volante passe a ser somente ilícito penal e não mais ilícito administrativo; o fim dos índices de álcool estabelecidos (tolerância zero); toda pessoa que dirigir após beber responderá por crime; em caso de homicídio a pena aumentará para cinco a oitos anos de prisão se o motorista apresentar qualquer concentração de álcool; todo condutor envolvido em ocorrências ou alvo de fiscalização, sob suspeita de consumo de álcool ou similares, será submetido a exame clínico ou perícia médica legal; a embriaguez poderá também ser constatada por agente de trânsito via obtenção de outras provas admitidas no âmbito do Direito. A íntegra do projeto está no Blog do NFA: <http://naofoiacidente.org/blog/assine-a-peticao>. Acesso: 30/04/2012

¹² Rafael Baltresca, entrevista ao SPTV, 03/11/2011.

¹³ I. M. A., assinatura na petição, Blog do NFA, s/d.

¹⁴ G.W.D., Idem.

¹⁵ J.S.C., Blog do NFA, s/d.

¹⁶ J.S.S., Idem.

rência a certos *valores sociais* que convocam e sustentam a adesão à mobilização pela mudança nas normas vigentes. Os discursos indicam um chamado à *solidariedade* “com quem já sofreu e sofre pela irresponsabilidade alheia”; ao *direito coletivo à segurança* no trânsito; à “*consciência*” e *responsabilidade* dos indivíduos sobre as escolhas que fazem e a maneira como elas afetam os outros; ao “*respeito*”, “*consideração*” e “*amor*” pelos demais; à “*valorização da vida*”, própria e de outras pessoas; e uma reivindicação de “*justiça*” pelos que perderam a vida em ocorrências envolvendo a mistura de álcool e direção.

Apesar de a proposta de *tratamento do problema* esteja focada no recrudescimento da penalização aos motoristas – condicionada que é pela própria definição da situação como um “crime” de responsabilidade do motorista que dirige após consumo de álcool –, encontramos alguns comentários de internautas que acrescentam sugestões de medidas complementares. Entre elas, aparecem o maior controle no comércio e publicidade de bebidas alcoólicas e a criação de alternativas de transportes. Os argumentos vão no sentido de que “a causa” da mobilização (projeto de mudança na lei e penalização de motoristas) merece apoio, mas, sozinha, seria insuficiente para resolver o problema: “a tarifa dos taxis tem que diminuir”, “as pessoas têm que ter uma opção viável de locomoção”¹⁷. Haveria necessidade de penalizar “de forma severa também” outros atores (“postos de gasolina e restaurantes de beira de estrada que vendem bebidas alcoólicas”¹⁸) e de modificar as “regras de comercialização e divulgação de bebidas em campanhas publicitárias, TV, rádio, horários etc.”¹⁹.

Os argumentos indicam, portanto, que o enquadramento da situação-problema apenas pelo viés da criminalização e penalização dos motoristas exclui outros atores (organizações públicas e privadas) de responsabilidades, e outras propostas possíveis e complementares para a resolução do problema.

¹⁷ A.R.F.R., assinatura na petição pública, Blog do NFA, s/d.

¹⁸ L.S.S.T., Idem.

¹⁹ L.O.A.C., Idem.

Considerações finais

Ao analisar a forma como surge o movimento *Não Foi Acidente* e a mobilização que realiza pudemos observar a força de um acontecimento que, tocando inicialmente a experiência de um cidadão, é integrado e relacionado a acontecimentos similares reveladores de um problema público que hoje afeta a coletividade no Brasil. A decisão de atuar e a forma como as ações vão ganhando visibilidade e desencadeiam um processo que mostra o poder de afetação do acontecimento e o alcance do problema a ele relacionado, interpelando ou revelando a ação de outros sujeitos e coletivos afetados por experiência similar, interessados ou solidários, que se posicionam e se engajam em uma ação conjunta buscando discutir, intervir e mudar a situação atual²⁰.

A proposta de tratamento do problema e de mudança na situação se dá por meio de um projeto de iniciativa popular para alterar a normativa vigente. Enfatiza, assim, principalmente, um aspecto da política pública de segurança no trânsito – a lei –, apostando no rigor de sua elaboração, aplicação e fiscalização como forma de modificar os comportamentos e sensibilizar os cidadãos. A definição predominante da situação-problema como um “crime” provocado por “irresponsáveis”, “assassinos”, que dirigem após beber e não consideram os demais, condiciona os discursos e ações de tratamento propostas – centradas no recrudescimento do controle e das penalidades sobre os motoristas que misturam álcool e volante. Por outro lado, tal forma de enquadrar a situação também revela um conjunto de valores – a justiça, o respeito à

²⁰ Apesar de o *Não Foi Acidente* tenha se tornado, o movimento mais referenciado e com maior visibilidade midiática em ações relacionadas à questão da violência no trânsito, no Brasil, é importante destacar que há outros em atuação, inclusive anteriores ao NFA, e constituídos a partir de acontecimentos similares. Ver, por exemplo, os casos do “Viva Vitão” (criado em julho de 2011), do “Instituto Trânsito Seguro” e “Movimento Nacional de Educação e Humanização do Trânsito e em Defesa da Vida” (Movet), surgidos em 2008. Um interessante tema para futuras pesquisas é investigar semelhanças e diferenças entre organizações atuantes neste “campo problemático” (Quéré, 2005) da violência no trânsito: suas pautas, conteúdos e ações, e suas diferentes visibilidades midiáticas.

vida e ao outro –, aparentemente compartilhados e reivindicados como sendo igualmente necessários à mudança no cenário do trânsito brasileiro, e que parecem alicerçar o engajamento dessas pessoas na mobilização.

A ação coletiva desencadeada em torno do projeto popular e do problema público é potencializada pela apropriação de diferentes ferramentas e espaços sócio-comunicacionais. A internet e redes sociais online – You Tube, Twitter e, especialmente, o Facebook – são utilizados para o registro e propagação de conteúdos e ações, reafirmando o potencial dessas ferramentas para estimular a participação e o ativismo dos cidadãos, que buscam, de alguma maneira, intervir e influenciar no debate de problemas coletivos e na definição de políticas públicas. Ao articular a apropriação de mídias tradicionais e novas, a mobilização é amplificada, ganha novos apoiadores e capilaridade social.

Essa amplificação, porém, não significa a adesão e a conquista, rápidas, das assinaturas necessárias ao projeto popular – ainda buscadas quase dois anos após o início da mobilização. Pode-se levantar a hipótese – a ser explorada em outras pesquisas – de que tal dificuldade em alcançar mais rapidamente os apoios deve-se menos ao suporte midiático em si (a internet e seu potencial para ações de mobilização) e mais ao próprio conteúdo da campanha. É ilustrativa – e merece análise específica – a existência de espaços em mídias sociais (Twitter, Facebook) e até aplicativos de alerta sobre locais de *blitze* da Lei Seca, que também têm mobilizado e gerado significativa adesão de outros públicos, nestes últimos anos, no Brasil.

Referências

DEWEY, John. Experiência e Natureza. Tradução de Murilo Otávio Rodrigues Paes Leme. In: CIVITA, V. Os Pensadores . Dewey. Abril Cultural, São Paulo, 1980. p.3-28.

_____. Le public et ses problèmes. Extrait de the public and its problems [1927]. Tradução de Joelle Zask. In: **Revue Hermès**, Paris. CNRS Editions, n. 31, p.77-91, 2001.

FRANÇA, Vera R.V.; ALMEIDA, Roberto. O acontecimento e seus públicos – um estudo de caso. In: **Revista Contemporânea**, v. 6, n. 2. 2008. Salvador, UFBA. Disponível em <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporanea-aposcom/article/viewArticle/3535> Acesso em: 03 out. 2010.

GOFFMAN, Erving. **Les cadres de l'expérience**. Paris. Les Éditions de Minuit. 1991.

GUSFIELD, Joseph. [1981]. **La culture des problèmes publics. L'alcool au volant**: la production d'un ordre symbolique. Trad. CEFAÍ, Daniel. Éditions Economica, Paris, 2009.

QUÉRÉ, Louis. L'événement. In: **Sociologie de la communication**. BEAUD, Paul et al. (sld). Réseaux, CNET, 1997.

_____. Le public comme forme et comme modalité d'expérience. In: CEFAÍ, D.; PASQUIER, D. (Org). **Les sens du public**. Publics politiques, publics médiatiques. Paris: PUF, 2003. p.113- 134.

_____. Entre o facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos**. Revista de Comunicação, Cultura e Educação, Lisboa: ISCTE / Casa das Letras / Editorial Notícias, n. 6 p.59-75, 2005.

SILVA, Terezinha. **A constituição simbólica de um acontecimento** – uma análise do processo de individualização do Mensalão. Belo Horizonte/MG. 2011, 222f. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais/Université Paris Ouest Nanterre (cotutela).

Terezinha Silva

Professora colaboradora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Graduada em Jornalismo e Mestre em Educação (UFSC). Doutora em Comunicação (co-tutela Université Paris Ouest Nanterre e UFMG). Pesquisadora do GRIS/UFMG (Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade). Autora do livro *Gestão e mediações nas rádios comunitárias* (Editora Argos, 2008).

Recebido: 30.10.2013

Aceito: 03.07.2014