



**A comunicação pública na construção simbólica
da representação política**

**La comunicación pública en la construcción simbólica
de la representación política**

**Public communication in the symbolic construction
of political representation**

Nelson Toledo Ferreira

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de
Juiz de Fora/MG - UFJF, doutorando em Comunicação
pela Universidade Federal Fluminense, Niterói/RJ-UFF,
bolsista Capes.

Email: neotolledo@hotmail.com

Revista Eptic Online
Vol.15 n.2 p.44-57
mai-ago 2013
Recebido em
19/02/2013
Publicado em
15/05/2013

RESUMO

A proposta deste artigo é refletir sobre a comunicação pública na construção simbólica da representação política, funcionando como principal mecanismo de mediação e de interação entre representantes e representados. Nesta perspectiva, o conceito de representação política desloca o seu foco da autorização, das eleições e do accountability, tradicionalmente na linha das Ciências Políticas, para os dispositivos midiáticos e seus impactos nas sociedades contemporâneas, objetos de estudos das teorias da Comunicação, que podem promover a aproximação dos cidadãos dos seus governantes, criar consensos, tecer laços de pertencimentos identitários, amenizar crises e escândalos políticos. A revisão histórica das principais teorias de representação revela a evolução das disputas discursivas em arenas midiáticas, como principais elementos deste debate, o que deixa questionamentos sobre a legitimidade, formas não eleitorais de representação política e um cenário político cada vez mais produzido pela lógica de mercado

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação pública; Representação política; Mídia; Informação política

RESUMEN

El propósito de este artículo es reflexionar sobre la comunicación pública en la construcción simbólica de la representación política, que funciona como el principal mecanismo para la mediación y la interacción entre representantes y representados. En esta perspectiva, el concepto de representación política cambia su enfoque a la autorización de las elecciones y la "rendición de cuentas", de acuerdo con la ciencia política tradicional, a los dispositivos de los medios de comunicación y su impacto en la sociedad contemporánea, los objetos de estudio de las teorías de la comunicación que puede promover el acercamiento de los ciudadanos a sus gobernantes, la construcción de consensos, tejer vínculos de afiliación de identidad, mitigar las crisis y los escándalos políticos. Una revisión histórica de las principales teorías de la representación revela la evolución de las disputas en arenas discursivas, como elementos clave de este debate, lo que deja preguntas sobre la legitimidad, las formas no electorales de representación política y el panorama político producido cada vez más por la lógica del mercado

PALABRAS CLAVE

La comunicación pública, La representación política, Media, La información política

ABSTRACT

This paper suggests reflecting on the public communication in the symbolic construction of political representation works as the main mechanism for mediation and interaction between representatives and represented. In this perspective, the concept of political representation shifts its focus the authorization of elections and accountability to media devices and their impact on contemporary society - objects of study of the theories of communication, it can promote the approach of the citizens of their rulers, develop consensus, weaving bonds of identity affiliations, mitigate crises and political scandals. A historical review of the major theories of representation reveals the evolution of disputes discursive arenas media, as key elements of this debate, which leaves questions about the legitimacy, non-electoral forms of political representation and political landscape increasingly produced by market logic.

KEYWORDS

Public communication; Political representation; Media; Political information

Introdução

As principais discussões teóricas sobre comunicação pública priorizam mecanismos pelos quais ampliam canais de participação política e favorecem a transparência sobre recursos públicos e ações políticas, desencadeadas pelos governantes, na promoção da cidadania. No entanto, é necessário discutir também o tema como estratégias de grupos políticos e econômicos, partidos e candidatos, para construir uma imagem positiva de seus interesses e perspectivas, e, com isso, trabalharem discursivamente no nível simbólico para reforçar e recriar a ideia de representação política junto aos seus públicos.

Neste sentido, o debate contemporâneo sobre democracia passa necessariamente sobre estes conflitantes mecanismos de representação política, impactados por um cenário redesenhado pela centralidade da mídia nos processos sociais. Alguns teóricos chegam a apontar uma crise de representação política decorrente do enfraquecimento ideológico dos partidos, da personificação política, do descrédito e apatia dos cidadãos no engajamento político, dentre outros motivos (CHADWICK, 2006; LEAL, 2005; MIGUEL, 2010; ALBUQUERQUE, 2002). Diante deste contexto, partimos do pressuposto que para discutir representação política, nas democracias ocidentais, faz-se necessário uma constante atualização de conceitos, na medida em que a sociedade se transforma num ritmo vertiginoso e se torna cada vez mais complexa, tendo as novas tecnologias de comunicação como principal base teórica destas discussões.

A crise de representação política parte da ideia do conflito, que é intrínseco ao cenário político, exigindo sempre novas reflexões e reconfigurações que acompanhem as mudanças na economia, no mundo e no sentido do trabalho, na consolidação dos fenômenos globalizados e, em suma, nas séries de mudanças dos mais diversos setores, que afetam diretamente o nosso cotidiano. Com isso, o repensar a esfera pública, o espaço político, a participação e mobilização populares, a circulação da informação política, os meios deliberativos potencializados na sociedade civil e, principalmente, as novas demandas sociais, que irrompem no tecido social, exigem novas leituras.

A relação entre representantes e representados já não se limita apenas a uma noção de democracia representativa com foco nas eleições e nem em discussões tradicionais sobre a autonomia dos primeiros em relação aos segundos, sobre os processos de escolha dos representantes, prestação de contas e legitimidade. A mídia interfere em todo o contexto, exigindo novos argumentos neste debate, uma vez que, na sociedade atual, as pessoas percebem e dão sentido aos fenômenos sociais e à própria realidade em que vivem através dos meios de comunicação, sejam os comerciais, mantidos por grupos econômicos e políticos; sejam os institucionais, mantidos por centros do poder legislativo ou executivo.

Fato, é que os meios de comunicação transformam-se em amplas arenas de luta simbólica, pois o que é registrado pelos meios é o que passa a existir na realidade. Como se o que não tivesse a visibilidade midiática não existisse e não tivesse importância. Nisso decorre que as representações midiáticas criam um ambiente em que se definem o pensamento,

juízo e ação dos indivíduos na sociedade, e esta ideia é cada vez mais apropriada no cenário político.

Diante deste cenário, a proposta deste artigo é refletir sobre estas mutações na esfera política, reforçando o papel da comunicação pública como um dispositivo estratégico de reforçar simbolicamente a representação política junto aos cidadãos, o que significa um reposicionamento teórico sobre o tema sob a ótica da epistemologia do campo da comunicação. Apesar da discussão sobre a interface da Comunicação com inúmeras disciplinas como Psicologia, Sociologia, Ciências Políticas, Linguística, Semiótica e muitas outras, o conhecimento produzido por teóricos da Comunicação e a ênfase das pesquisas do processo comunicacional vêm delimitando e mostrando a importância deste campo para o entendimento da sociedade contemporânea, principalmente, no contexto político.

Nesta perspectiva, acreditamos que o debate sobre representação política, que na maioria das vezes é centrado tradicionalmente nas teorias das Ciências Políticas e da Sociologia, deixa lacunas para o entendimento desta intrincada relação comunicação e centros de poder. E quando nos referimos à mídia, não se trata dos veículos de comunicação de massa tradicionais, mas todo o complexo sistema de mídia, no qual a comunicação pública faz parte e vem ganhando novos espaços, trabalhando de forma estratégica com a finalidade de influenciar a agenda política e criar enquadramentos nas questões públicas, buscando posicionar e reposicionar seus receptores alvo nesta intrincada disputa política midiática.

Há de se ressaltar o papel fulcral da comunicação pública para garantir o direito à informação, na medida em que nas sociedades democráticas é também o principal meio que permite o acesso dos cidadãos aos direitos civis, sociais e políticos, que são imprescindíveis para a emancipação da cidadania. No entanto, é necessária uma reflexão crítica como esta representação política criada como um produto de marketing, de pesquisas de opinião, de belas imagens e de discursos bem elaborados, por uma constante profissionalização da comunicação pública, pode maquiagem a verdadeira ideia de democracia representativa. Como efeito, tal cenário pode contribuir para que laços de pertencimento dos cidadãos com partidos e representados se tornem cada vez mais frágeis, flutuantes e não representam, de forma efetiva, a vocalização das novas demandas sociais.

Revisão histórica do conceito de representação política

Pitkin (1967) apontava que para compreender como o conceito de representação entrou no cenário político é necessário contextualizar com o desenvolvimento histórico das instituições, a interpretação sobre o papel das mesmas na sociedade e o próprio desenvolvimento etimológico da palavra. Percebe-se que a complexidade do termo é enfatizada pela autora desde o final da década de 60, mas sempre com o vínculo com as transformações das sociedades. O livro de Hanna Pitkin, *The Concept of Representation*, publicado em 1967, nos Estados Unidos, é considerado um marco teórico nestes debates, revelando uma visão inovadora da representação política como uma atividade social, fugindo da noção ortodoxa até então empregada para designar a representação.

Desde a obra *Leviathan*, de Hobbes, em 1651, quando foi aplicada a primeira ideia de representação na teoria política, no sentido da agência legal, autorização de alguém para agir por outro, o termo foi sofrendo atualizações na teoria política, passando pelas revoluções democráticas do final do século XVIII e pelas mutações políticas institucionais do século XX.

(...) o sufrágio, a divisão em distritos e proporcionalidade, os partidos políticos e os interesses e políticas, a relação entre as funções legislativas e executivas. Estas lutas políticas precipitaram um corpo considerável da literatura, sistematizada de tempos em tempos, enriquecida e redirecionada pela teoria política. Desse material colossal, apenas duas questões conceituais inter-relacionadas podem ser discutidas até aqui: a “polêmica sobre o mandato e a independência” e a relação entre a representação e democracia. (PITIKIN, 2006, p.67)

A autora categorizou a representação política em representação formalista, descritiva, simbólica e substantiva. A primeira enfatiza a noção de representação sob duas dimensões: por autorização prévia e por responsividade, ideias estas defendidas inicialmente por Hobbes e pelo modelo liberal, respectivamente. Já a segunda, dá ênfase à relação entre representantes e representados, como se o primeiro espelhasse por meio das semelhanças o segundo. No terceiro caso, leva em conta o significado que o representante tem para aqueles que estão sendo representados. E, finalmente, a representação substantiva refere-se à substância do que é feito, ou seja, são as atividades dos representantes, as ações realizadas em nome e no interesse dos representados, é que são avaliadas. Em todos os casos, observa-se que a representação política ultrapassa o cenário eleitoral para a legitimação do exercício do poder por determinados grupos. Nesta perspectiva, a concepção de representação política já trazia consigo uma exigência de legitimação construída através de processos de identificação entre os representados com seus representantes, o que exigia medidas eficazes para que ocorressem estes sentimentos de pertencimento dos cidadãos a determinados grupos e não a outros, com demandas comuns, discursos comuns, percepções comuns. Nesta configuração, a opinião pública começa a potencializar sua importância nestes debates, inclusive, favorecida pelas tecnologias de comunicação.

Em meados de 90, Bernard Manin traz contribuições importantes para o tema da representação, fazendo uma análise da evolução das democracias representativas, buscando um denominador comum entre elas ao longo de suas histórias no que se refere à eleição dos representantes pelos governados, à independência parcial dos representantes, à liberdade de opinião pública e às decisões políticas tomadas após os debates. Sua principal crítica recai sobre o processo de seleção dos governantes pelas eleições, o que ele considera um arranjo aristocrático das elites. Manin (1995) traz com sua teoria o debate sobre polêmica de que os meios de comunicação estariam substituindo os partidos políticos na mediação entre representantes e representados, reforçando a importância da liberdade da opinião pública neste processo. Com o autor, é reforçada a chamada democracia da audiência, na qual os líderes políticos tinham um apelo maior do que as ideologias dos seus respectivos partidos.

(...) Em primeiro lugar, os canais de comunicação política afetam a natureza da relação de representação: os candidatos comunicam diretamente com seus eleitores através do rádio e da televisão, dispensando a mediação de uma rede partidária. A era dos ativistas, burocratas de partido ou "chefes políticos" já acabou. Por outro lado, a televisão realça e confere uma intensidade especial à personalidade dos candidatos. (...) o que estamos assistindo hoje em dia não é a um abandono dos princípios do governo representativo, mas a uma mudança do tipo de elite selecionada: uma nova elite está tomando o lugar dos ativistas e líderes de partido. A democracia de público é o reinado do "comunicador". O segundo fator determinante da situação atual são as novas condições em que os eleitos exercem o poder. Reagindo a estas mudanças, os candidatos e partidos são ênfase à individualidade dos políticos em detrimento das plataformas políticas. (MANIN, 1995, p.22-23)

Com as transformações profundas na sociedade, com algumas características deste novo período, o qual alguns teóricos denominavam pós-modernidade, capitalismo tardio ou sociedade pós-industrial, a ênfase recai sobre uma intensa fragmentação dos segmentos sociais e suas novas bandeiras de lutas, que se impõem no cenário político, embaralhando ainda mais a concepção de representação política. As bases que sustentaram os partidos políticos e suas representatividades começam a perder espaço nesta luta simbólica, deixando de ser tão homogêneas e com demandas comuns. Com isso, os partidos políticos enfraquecem nos seus posicionamentos ideológicos, uma vez que tinham como suporte principal as classes sociais para definições de suas representações políticas, repercutindo nos modelos de sistema político que defendiam, cenário que se confirma até os dias atuais.

Trata-se de um fenômeno mundial, inclusive na Europa com a forte tradição dos partidos políticos. Chadwick (2006) lembra que um dos principais argumentos para esta crise partidária é que as sociedades pós-industriais já não contam com classes sociais e grupos homogêneos que deram origem aos partidos nos séculos XIX e XX. "(...) como as sociedades tornaram-se fragmentadas, os partidos políticos tem visto suas bases sociais murcharem ou tornarem-se repletas de clivagens sociais. (CHADWICK, 2006, p.145). O autor ainda reforça que os eleitores são agora muito mais propensos a flutuar livres de identificação partidária e a fazer avaliações mais racionais de plataformas políticas. Nisso, as identidades políticas parecem menos fixas, fazendo com que os cidadãos exijam formas mais flexíveis e complexas de expressar diferentes visões políticas e não vêem os partidos como os únicos capazes de acomodar tais diversidades ideológicas (CHADWICK, 2006, p.146). Entram em cena, as organizações da sociedade civil e formas não eleitorais de representação, buscando potencializar a voz de determinados segmentos, até então excluídos do processo político e da tomada de decisões, exigindo, com isso, que suas demandas fossem incorporadas nos debates e assegurassem novos direitos sociais e políticos. Neste contexto, a mídia reforça seu papel crucial na vocalização das demandas destes novos segmentos e suas lutas por direitos na sociedade.

Young (2000), no seu livro *Inclusion and democracy*, traz para o debate uma nova abordagem sobre representação, tendo como foco principal o conceito de “perspectivas sociais”, visando, principalmente, os chamados grupos minoritários que aparecem com mais força no cenário político, como mulheres, negros, homossexuais e outros. Por esta ótica, cada um dos novos segmentos que irrompem no tecido social a partir da década de 90, fruto dos novos tempos, tem perspectivas diferenciadas em relação a algumas temáticas, que são necessárias para serem incorporadas nas discussões políticas dos regimes democráticos atuais. Mais uma vez, os processos midiáticos reaparecem como mecanismos de visibilidade das demandas destes novos segmentos.

Young (2006) aproxima suas análises de uma visão deliberacionista da democracia e da representação política tentando abarcar a inclusão social destes novos grupos, pois a multiplicidade dos pontos de vistas ampliaria a noção de realidade e contribuiria para o processo democrático.

Numa sociedade complexa e com milhões de pessoas a comunicação democrática consiste em discussões e decisões fluidas, sobrepostas e divergentes, dispersas tanto no espaço como no tempo. O que são relações comunicacionais inclusivas em tais sociedades fluidas, descentralizadas de massa? No contexto dessas sociedades as queixas que apontam o caráter excludente das normas de representação. As pessoas muitas vezes reclamam que os grupos sociais dos quais fazem parte ou com os quais tem afinidade não são devidamente representados nos organismos influentes de decisão, tais como legislaturas, comissões e conselhos, assim como nas respectivas coberturas dos meios de comunicação. (YOUNG, 2006, p.140)

Outra pesquisadora que acrescenta novos elementos à discussão sobre representação política, com vínculos com a opinião pública e com a mídia é a italiana Nadia Urbinati. No seu trabalho *Representative Democracy: principles and genealogy* publicado em 2002, Urbinati (2002) defende a representação política como fundamental para o funcionamento da democracia, baseada no discurso público que valoriza a política democrática, potencializando as vozes dos cidadãos em todo o processo político, não só na escolha dos seus representantes. Nesta perspectiva, Urbinati (2002) considera a representação política vinculada ao estímulo à participação política e à expressão da vontade popular, transformando-se, assim, em uma forma de organização política. Para Urbinati (2002), a representação política amplia a noção de participação, na medida em que considera que um caráter deliberativo permitiria uma constante recriação e aperfeiçoamento do que entendemos por democracia. A autora inclui nesta discussão a noção de *advocacy*, como uma vontade superior e apaixonada às causas e demandas dos seus constituintes com certa autonomia de julgamento, o que distancia representantes dos representados, reforçando a importância da representação política como mola propulsora dos regimes democráticos. Urbinati (2002) faz uma defesa dos *expertises*, que seriam porta-vozes aprimorados dos seus representantes, o que é questionado por alguns teóricos sobre a legitimidade desta prerrogativa.

Em outros textos posteriores ao lançamento do seu livro, Urbinati (2006) reforça que a representação é cada vez mais entendida como um fator intrínseco para a constituição da opinião pública por meio de seu papel reflexivo (deliberação) bem como essencial para definição de vias de influência do Estado (URBINATI, 2006, p.2). Nesta perspectiva, surgem emergentes formas não eleitorais de representação, uma vez que na época atual o mundo está preenchido por atores extra territoriais, que interferem em todo o processo de representação, como movimentos sociais transnacionais, dentre outros. A autora ressalta que o desenvolvimento das sociedades contemporâneas afetadas pelo mercado, tecnologia e vasto volume de informações fez com que a ideia de representação chegasse a um ponto de ruptura. A ideia do Estado representando povos é parcial e serve, atualmente, apenas para algumas questões. Urbinati (2006) enfatiza que os discursos que fornecem razões de legitimidade são pluralizados e cada vez mais públicos, mesmo que a representação eleitoral continue a ser referência para o poder do Estado, hoje em dia os espaços para reivindicações de representação rompem seus limites e se tornam mais abertos e segmentados por temas e novos sujeitos. Nestas discussões, a mídia revela toda sua força como protagonista no cenário político contemporâneo.

Na virada do século XX para o XXI, a discussão sobre representação política reaparece através das instituições representativas como mediadoras entre o Estado e a sociedade, reforçando o papel da esfera pública nos debates. Também neste período começam a aparecer estudos que se concentram na inclusão e exclusão de grupos marginalizados, gerando novas formas de abordagem teórica sobre a representação (FABRINO, 2008; CHADWICK, 2006; AVRITZER, 2007). As instituições representativas passaram por mudanças importantes que forcem a inclusão do caráter informal discursivo em uma esfera marcada pelo pluralismo e diversidade, como agentes que se auto autorizam (ONGs, fundações, grupos de interesses) e entidades que representam (fóruns deliberativos, painéis, conferências temáticas).

Nesta revisão histórica, o objetivo não é discutir detalhes sobre estas teorias e sua validade na formulação dos conceitos de democracia e de representação, mas revelar o papel fundamental e central da mídia e, conseqüentemente, da opinião pública, nestas discussões, que foi ganhando espaço nas últimas décadas. É através da visibilidade midiática, da potencialização da opinião pública e das transformações impactadas pela centralidade da mídia nos processos sociais, econômicos e políticos, que estas discussões ganham força, forçando que os significados de representação política passem a ter novas leituras e perspectivas relacionais.

Percebe-se, com isso, o papel cada vez mais ativo e presente da comunicação pública neste processo de lutas simbólicas através das arenas midiáticas. Se os meios massivos comerciais têm o poder de fiscalizar e monitorar a sociedade, denunciando e cobrando ações em prol da democracia, a mídia institucional trabalha no sentido inverso, ao construir simbolicamente uma ideia positiva de instituições, líderes políticos e governos, podendo inclusive construir uma realidade que lhes convém, maquiando o verdadeiro sentido e percepção dos cidadãos em relação à democracia e, conseqüentemente, à representação política.

Comunicação pública no cenário político atual

Os governos, partidos e líderes políticos utilizam cada vez mais as pesquisas de opinião, estratégias de marketing e gastos em altas somas em publicidade e mídia institucional para assegurar a simpatia e o apoio de públicos específicos e de determinados segmentos sociais. O que vale é a sedução do discurso publicitário, do agregar valores às imagens mais belas e criar mecanismos de identificação, dentro de uma lógica de mercado, que passam muito mais por questões subjetivas do que ideológicas. Trata-se de um trabalho contínuo e monitorado de comunicação para que surta seus reais efeitos de aproximação do cidadão eleitor de seus representantes, além de se tornar uma ferramenta importante para amenizar crises, escândalos políticos e garantir o consenso e a aprovação de mandatos e administrações públicas.

Atualmente, os resultados das eleições são bons exemplos que demonstram que o êxito se dá não pela melhor proposta para uma comunidade, um estado ou um país, mas o candidato que teve um melhor desempenho frente às câmeras, uma imagem melhor nos outdoors ou que tem um discurso publicitário que emociona mais o eleitorado. A comunicação se reverte de uma arma estratégica, desde a sua utilização nas campanhas políticas até no desenvolvimento dos mandatos parlamentares e executivo.

De acordo com Duarte (2002) a comunicação pública, no início de sua história, era considerada uma ferramenta autoritária de controlar e cercear a opinião pública e o direito de expressão, como o conhecido Departamento de Imprensa e Propaganda, da época de Vargas, em meados da década de 30. No entanto, nos dias atuais, este tipo de comunicação aparece como uma importante estratégia no disputado mercado político para o consumo dos cidadãos eleitores. O aprimoramento e o entusiasmo acadêmico sobre o tema levou inclusive a formação de uma literatura específica e teorias que tratam das peculiaridades da comunicação pública, visto que controla os fluxos informativos dos diferentes agentes envolvidos no processo de interação entre Governo, cidadãos e sociedade civil. Duarte (2002) enfatiza que a importância de qualificar a gestão pública para garantir transparência, identificar as demandas sociais, definir políticas públicas integradas com a comunidade, promover o interesse público, estimular a participação popular, garantir o debate público, estimular a cidadania, dentre outros quesitos, reforçam a ênfase na comunicação pública na contemporaneidade para dinamizar as relações de poder entre representantes e representados. Zémor (1995) acrescenta que o exercício da comunicação pública pode contribuir com a promoção do conhecimento cívico e, com isso, garantir um debate público sobre questões importantes da sociedade, reforçando uma troca entre governantes e governados.

É através dos processos comunicativos que as organizações, sejam públicas ou privadas, podem absorver as identidades múltiplas dos cidadãos e transformá-las em discursos que estabeleçam uma ponte entre os indivíduos, enquanto consumidores, funcionários, cidadãos e elas próprias. Se o próprio conceito de comunicação passa pela ideia de "tornar comum", esta aproximação discursiva é o trunfo das organizações modernas (públicas ou privadas) para reforçar suas ideologias. Neste contexto, os inúmeros estudos empíricos no campo da comunicação revelam a conotação política destas ações, nesta interface, cada

vez mais crescente, entre os campos político e midiático.

Nesta perspectiva, a disputa simbólica sobre as relações de poder entre representantes e representados se dá na arena midiática. Por um lado, os meios massivos comerciais selecionam e enquadram notícias conforme seus interesses ligados a grupos econômicos e políticos e, por outro lado, cada segmento político busca reposicionar estas notícias e acontecimentos – até mesmo criando factóides – para construir uma representação política simbólica que permita o consenso e aprovação dos seus públicos alvos.

House organs, releases, press kit, entrevistas coletivas, vídeos institucionais, portais com múltiplas plataformas midiáticas, twitter, redes sociais, dentre inúmeros outros produtos e serviços produzidos pelas assessorias de comunicação, cada vez mais técnicas e especializadas, para potencializar a comunicação pública, forçam enquadramentos importantes nesta disputa midiática com os meios massivos comerciais. Um fato incontestável é que, nos dias atuais, as prefeituras, governos do estado e federal são os maiores empregadores destes profissionais da comunicação - jornalistas, publicitários, designers gráficos, webdesigners, fotógrafos, dentre outros-, o que revela a importância de se construir simbolicamente dispositivos de publicização de suas ações e políticas públicas, visando o consenso, a credibilidade, o apoio político dos cidadãos e a construção simbólica da representação política.

Diante do exposto, o conceito de representação política se reverte de um verniz produzido por todo este aparato comunicacional. A construção simbólica desta relação entre representantes e representados se torna o desafio maior do que algumas problemáticas tradicionais apontadas pelas Ciências Políticas como autorização, prestação de contas, escolha dos candidatos, independência dos políticos em relação aos seus representados, visto que a mídia prioriza determinados elementos e cria realidades que podem inclusive maquiar esta noção de legitimidade da representação política nas sociedades contemporâneas, trabalhando de forma simbólica mecanismos de identificação.

A constante intercessão entre os campos político e midiático

Nesta abordagem da centralidade da mídia no contexto político há de se considerar as representações jornalísticas e as suas práticas discursivas na construção de significados e visões do mundo, interferindo na produção de sentidos dos indivíduos e, conseqüentemente, na prática social dos mesmos, refletindo diretamente no cenário político, através de processos de agendamento e enquadramentos. Diante disso, os meios de comunicação são considerados importantes formas de representação política por conseguirem com eficácia disseminar conteúdos simbólicos, priorizando determinadas temáticas em detrimento de outras, e, definindo um agendamento do que é importante para a sociedade por conta da sua visibilidade midiática. E a partir disso, um outro processo se inicia, que é o enquadramento, “marcos interpretativos construídos socialmente, que permitem as pessoas atribuírem sentido aos acontecimentos e às situações sociais”¹. A ênfase a determinadas palavras, imagens, metáforas e retóricas em um discurso acaba por legitimar determinadas

1-O conceito é baseado na obra *Frame analysis*, do sociólogo americano Erving Goffman (SOARES, 2009, p.57)

ideias, obscurecendo outras menos visíveis nestas construções textuais e/ou imagéticas, construindo percepções direcionadas de realidade, de acordo com interesses de grupos.

Outros debates contemporâneos sobre o impacto da mídia na esfera política são alguns resultados de estudos que vêm demonstrando que as pessoas estão consumindo menos notícias e mais entretenimento (PRIOR, 2007; BENNET & IYENGAR, 2008), com a ampliação dos canais de televisão pagos, que oferecem um leque maior de programação para as pessoas, o que pode estar gerando uma apatia política crescente.

Prior (2007) afirma que com o advento da tv mudou a exposição de notícias, conhecimento e participação políticos. Em sua opinião, a maior possibilidade de escolha das programações da mídia vem impactando o consumo de notícias políticas em prol do entretenimento. Prior (2007) enfatiza que a influência do ambiente de mídia sobre a democracia é um fato e que o declínio da audiência de notícias da rede, ao longo das últimas décadas, pode ser analisado como um sintoma do enfraquecimento pelo interesse político e um constante desaparecimento do dever cívico de participação e de envolvimento com as questões públicas.

De acordo com Bennet e Iyengar (2008) as novas tecnologias estão afetando a composição dos públicos, a prestação de informações e a experiência política, transformando a mídia de massa em uma platéia fragmentada. Estes autores também acreditam que o desprendimento individual dos grupos e o aumento da capacidade de consumidores escolherem entre uma infinidade de mídia impactam o efeito destas mídias na sociedade. Para eles, este novo cenário acaba por criar uma desconfiança dos políticos, uma noção de que os processos são excessivamente manipulados por consultores e líderes, além de dar uma sensação nos indivíduos de exclusão do processo, gerando apatia política. No entanto, em posição contrária a estes estudos, Holbert, Garrett e Gleason (2010) acreditam que a exposição constante aos conteúdos da mídia podem reforçar atitudes, garantir uma exposição seletiva, tendo as novas tecnologias com um papel determinante na formação dos ambientes políticos. Para os autores, o deslocamento do conteúdo de notícias para o entretenimento não se traduz automaticamente em um enfraquecimento dos efeitos políticos da mídia, uma vez que o cenário atual fornece aos cidadãos uma gama cada vez maior de opções de entretenimento que se concentra as questões políticas.

Nestas considerações, é relevante considerar que os campos midiáticos e políticos se misturam, oferecendo uma base cognitiva para que os indivíduos se posicionem na sociedade, façam suas escolhas, construam seus discursos e participem ou não da vida social, da política, da economia e da cultura.

E quando falamos em mídia não estamos delimitando os meios massivos como jornais, tvs, rádio e Internet, mas também ao conteúdo produzido por determinadas instituições e organizações, que são também importantes fontes de agendamento, tendo uma postura ativa ou reativa em relação aos enquadramentos dos meios massivos na sociedade, buscando sensibilizá-los na tentativa de incluir ou excluir temáticas, o que ocorre com muitos partidos políticos através de sua imprensa partidária, principalmente, em períodos eleitorais. Miguel (2003) aponta que:

Os diversos grupos de interesse presentes na sociedade disputam a inclusão ou exclusão de temas na agenda, bem como sua hierarquização, mas quem ocupa a posição central são os meios de comunicação de massa, conforme tem demonstrado a ampla literatura sobre a chamada agenda-setting (definição de agenda). A mídia é, de longe, o principal mecanismo de difusão de conteúdos simbólicos nas sociedades contemporâneas e, uma vez que inclui o jornalismo, cumpre o papel de reunir e difundir as informações consideradas socialmente relevantes. (...) os grupos de interesses e mesmo os representantes eleitos, na medida em que desejam introduzir determinadas questões na agenda pública, têm de sensibilizar os meios de comunicação. (MIGUEL, 2003, p.132)

2-O conceito de Cenário de Representação Política (CR-P) foi elaborado por Venício Artur de Lima, em 1994, como uma estrutura simbólica, contraditória e dinâmica, que assinala os limites os quais se dão os conflitos políticos. (...) lugar e objeto da articulação da hegemonia, no qual se refletem e se constroem os significados da política (SOARES, 2007, p.157)

Sob esta ótica, várias investigações empíricas têm revelado como os meios de comunicação foram parciais em relação às disputas eleitorais nas últimas décadas e na construção de cenários de representação política², apoiando candidatos comprometidos com a elite econômica do país para a manutenção de seus interesses. Mas, percebe-se que apesar do inegável poder dos meios, como introduzimos no início deste texto, um complexo sistema de fatores revelaram que estes meios não são tão definidores na política, como alguns teóricos apregoavam, uma vez que existem filtros e processos de seleção do que os cidadãos ouvem, assistem, lêem, fragmentando cada vez mais as demandas e a opinião pública. E nesta perspectiva, as disputas midiáticas para construir sentido às ações políticas se tornam cada vez mais freqüentes e acirradas.

Conclusão

Os debates sobre os impactos da mídia na percepção que a sociedade civil tem da política, dos partidos e de seus líderes refletem que os significados e sentidos de democracia e de representação política estão cada vez mais deslocando seus focos de estudos para o campo da Comunicação. Por mais que os aportes teóricos das Ciências Políticas norteiem as discussões, o elemento mídia é crucial nesta nova conjuntura, reconfigurando todo o entendimento da relação de poder entre representados e representantes.

Com isso, é necessário que novas pesquisas empíricas fundamentem esta intercessão constante dos campos político e midiático, na medida em que as novas tecnologias reproduzem, a cada dia, um novo cenário em que a excessiva demanda por informações na sociedade moderna resulta em um sentimento confuso de descrédito e desconfiança quanto às questões políticas e seus representantes. No entanto, ao mesmo tempo reforça um conhecimento político, uma identidade e um orgulho cívico criados pela gama de informações proporcionada pelas inúmeras mídias, que fazem com que os indivíduos filtrem e selecionem aquelas que sejam mais afins com suas atitudes. E é justamente nesta fragmentação de audiência, que vão sendo criadas as grandes disputas simbólicas nas arenas midiáticas. Por um lado, os meios massivos tentam denunciar, informar, fiscalizar e monitorar os chamados centros do poder. Por outro lado, a comunicação pública busca reforçar a transparência de ações, promover a cidadania, a consulta pública aos segmentos envolvidos para tomar as melhores decisões políticas. No entanto, o forte do trabalho de

uma comunicação pública é criar o consenso, a aceitabilidade das ações políticas, de utilizar de forma estratégica a contra informação para amenizar escândalos e crises, de tecer laços de pertencimentos dos representantes junto aos seus representados.

Nesta manobra estratégica, permitida pela potência e influência da mídia no comportamento das pessoas na sociedade contemporânea, fica o questionamento se estes vernizes aplicados nas administrações públicas, nos grupos e líderes políticos não colocam em risco à democracia e a legitimidade da representação política. Por mais que os cidadãos não sejam ingênuos e têm contato com uma infinidade de informações de vários canais midiáticos, podendo comparar conteúdos e chegar a uma lógica política, filtrando e selecionando o que acreditam, é fato que o poder midiático de agendar e enquadrar assuntos torna-se cada vez maior na sociedade, interferindo de forma impactante no cotidiano das pessoas.

E neste emaranhado de estratégias midiáticas e jogos do poder, o sentido simbólico de democracia e de representação merecem novas leituras para que possam dar conta dos desafios teóricos para entender o dinamismo e a lógica da conjuntura política atual.

Referências Bibliográficas

ALBUQUERQUE, A. de; DIAS, M. R. Propaganda Política e a construção da imagem partidária no Brasil. Revista Civitas, Rio Grande do Sul, Vol.2, nº 2, p. 309-326, 2002.

CHADWICK, Andrew. Internet Politics: States, Citizens and New Communication Technologies. New York: Oxford University Press, 2006.

CORREIA, J.Carlos; FERREIRA, G. Baptista e SANTO, P.Espírito (orgs). Conceitos de Comunicação Política. Lisboa: LabCom Books, 2010.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Wilson. **A transformação da política na era da comunicação de massa**. 3ª edição. São Paulo: Paulus, 2007.

HOLBERT, R. Lance et al. **A new era of minimal effects? A response to Bennett and Iyengar**. Journal of Communication, nº 60. International Communication Association, p. 15-34, 2010.

LEAL, Paulo R. Figueira: **O PT e o dilema da representação política**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

LEAL, Paulo Roberto Figueira; ROSSINI, Patrícia Gonçalves da Conceição. **As campanhas eleitorais no contexto da política personalizada**. In: IX Congresso Brasileiro de Marketing Político (Politicom), 2010, Americana-SP. Anais do IX Politicom, 2010.

MANIN, Bernard. **As metamorfoses do governo representativo**. Revista Brasileira de Ciên-

cias Sociais, Anpocs, São Paulo, ano 10, nº 29, 1995. Disponível em: <http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_29/rbcs29_01.htm> Acesso em: 10/12/2012.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. **Representation and deliberation in civil society**. Brazilian Political Science Review, nº2, p.117-137, 2008. Disponível em: <http://www.bpsr.org.br/english/arquivos/BPSR_v2_n2_dec2008_05.pdf.pdf> Acesso em: 15/01/2013.

MIGUEL, Luís Felipe e BIROLI, Flávia (Orgs.). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Hucitec, 2010.

MIGUEL, L. Felipe. Representação política em 3-D – elementos para uma teoria ampliada da representação política. Revista Brasileira de Ciências Sociais - Vol. 18, nº 51, 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v18n51/15989>> Acesso em: 09/08/2012

_____. Os meios de comunicação e a prática política. Lua Nova, São Paulo, n.55-56, p. 155-184, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/a07n5556.pdf>>. Acesso em: 21 de junho 2012.

PITKIN, Hanna. **The Concept of Representation**. Berkeley, University of California Press, 1967.

_____. Representation. In: BALL, Terence; FARR, James; HANSON, Russel (org). **Political innovation and conceptual change**. Cambridge, University Press, 1989.

PRIOR, M. Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections. Cambridge University Press, 2007

SOARES, M. César. Representações, jornalismo e a esfera pública democrática. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

URBINATI, N. O que torna uma representação democrática. Lua Nova, São Paulo, 2006. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ln/n67/a07n67.pdf>. Acesso em: 20/01/2013

_____. The concept of representation in contemporary democratic theory. Annual Review of Political Science Vol. 11. Disponível em: <http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.polisci.11.053006.190533>. Acesso em: 13/01/2013

YOUNG, Iris Marion. Inclusion and Democratization. Oxford: Oxford University Press

_____. Representação política, identidade e minorias. Trad. Alexandre Moraes. Lua Nova, São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ln/n67/a06n67.pdf>>. Acesso em: 10/11/2012.

ZÉMOR, P. La communication publique. Paris: PUF, 1995. Trad. livre e res. de Elizabeth Brandão. Disponível em: <<http://www.ucb.br/comsocial/mba/ComunicacaoPublica>>. Acesso em: 15/01/2013.

W. Lance Bennett; SHANTO Iyengar. A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. Journal of Communication, nº 58, pp.707-731, 2008.