

Mídia e Eleições, ou a Dupla Face da Representação Política

As eleições e a mídia correspondem a duas dimensões complementares da experiência democrática moderna. Diferentemente da democracia ateniense, caracterizada pela participação direta, de corpo presente, dos cidadãos no processo de tomada de decisões relativas aos assuntos da *polis*, na democracia liberal moderna, a participação dos cidadãos nos assuntos políticos é uma experiência mediada. Mais precisamente, uma experiência *duplamente* mediada.

Por um lado, os cidadãos não mais participam diretamente do governo da sociedade em que vivem; ao invés, se fazem presentes de modo indireto, através de representantes periodicamente eleitos. Nas democracias contemporâneas o poder não é tanto exercido *pelo* povo, quanto *em nome dele*.

Por outro lado, os cidadãos não mais tomam conhecimento dos assuntos políticos por experiência direta (como na *agora* grega), ou pelo relato oral por parte de conhecidos; eles dependem, em uma larga medida, de instituições que, valendo-se de tecnologias de transmissão de informação à distância – imprensa, rádio e televisão – se especializaram no papel de descrever e interpretar os acontecimentos do mundo em que vivem. Os meios de comunicação destacam alguns temas como importantes enquanto deixam outros na sombra (o que é conhecido como a função de *agendamento* da mídia) e propõem quadros interpretativos que dão conta do significado dos acontecimentos (a função de *enquadramento* da mídia) e sua importância para os cidadãos (a função de *priming*).

Este triplo papel dos meios de comunicação já bastaria para defini-los como mediadores políticos fundamentais da democracia liberal moderna. Contudo, no modelo liberal de imprensa consagrado no universo anglo-americano, os jornalistas e organizações jornalísticas reivindicam ativamente exercer um papel de representante do interesse público, consagrado na fórmula do *Fourth Estate*.

A comunicação política constitui o campo de estudo responsável por dar conta dos efeitos de convergência, bem como os descompassos que têm lugar entre as duas formas de mediação e representação que são exercidas pelas instituições do governo representativo – tais como as formas de governo, os sistemas eleitorais e os partidos políticos – e os meios de comunicação.

Em boa medida, a própria existência das instituições do governo representativo tem sido associada ao desenvolvimento das modernas tecnologias de comunicação, notadamente a imprensa. Quando Thomas Jefferson destacou a

importância de uma imprensa livre para o sucesso do governo nos anos imediatamente posteriores à independência dos Estados Unidos, ele não se referia ao jornalismo – entendido como instância produtora de notícias – mas à arte da impressão, que através da produção de inúmeras cópias de um texto tornava possível dar a ele uma ampla publicidade. Por outro lado, diversos autores denunciaram o desenvolvimento da televisão como sendo responsável por uma crise deste mesmo sistema representativo. No seu entender, ela promoveria o triunfo da imagem sobre as idéias, da embalagem sobre o conteúdo, dos consultores profissionais sobre os militantes partidários ou, em uma expressão que se tornou bastante popular entre os pesquisadores brasileiros, o triunfo da “democracia de público” sobre a “democracia de partido”.

Convém, porém, ser cauteloso com este tipo de associações. O argumento de Jefferson sobre a liberdade de imprensa faz muito mais sentido em uma época em que esta atividade era realizada por diversas pequenas gráficas espalhadas ao longo do país do que em um contexto no qual a imprensa de grande tiragem é oligopolizada, dominada por grandes grupos econômicos. Do mesmo modo, o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) brasileiro dá conta de um uso da televisão que, longe de enfraquecer, parece reforçar o papel dos partidos políticos nas campanhas eleitorais.

A Comunicação Política não evolui através de generalizações *in abstracto*, mas de pesquisas concretas que dêem conta do modo como as instituições do governo representativo e os meios de comunicação se relacionam concretamente. Os quatro trabalhos que compõem o dossiê de Mídia e Eleições do número inaugural da *Revista Eletrônica de Ciência Política* dão conta das maneiras concretas como os meios de comunicação atuam como agentes cruciais na intermediação do mandato representativo, tal como ele se constitui no processo eleitoral.

Dois destes trabalhos têm como objeto privilegiado a mediação exercida pelo jornalismo nos processos eleitorais. Fabio Pendiuk e Nelson Rosário de Souza analisam a construção, pelo jornal *Gazeta do Povo*, do Cenário de Representação Política no período anterior às eleições municipais de 2004 e 2008 em Curitiba. A análise sugere que, no período anterior à eleição de 2008 a cobertura deste jornal se tornou mais crítica, com maior destaque para os problemas da cidade, em contraste com o que aconteceu com o período anterior a 2004, quando os problemas da cidade, embora mencionados, ainda estavam subordinados ao enquadramento da “cidade modelo”. Esta mudança de foco teria ajudado a viabilizar a eleição de Beto Richa como prefeito da cidade, rompendo com um ciclo de prefeitos de perfil tecnocrático, associado ao planejamento urbano que dominara a cidade desde a década de 1970. Ana Paula Hedler analisa a cobertura dos períodos eleitorais de 2006 e 2008 por jornais de Curitiba,

Londrina, Maringá e Ponta Grossa. Com base na análise dos dados, a autora sugere que o foco da cobertura jornalística no tempo presente leva a que o foco da cobertura recaia sobre a campanha eleitoral em si, e particularmente sobre os candidatos que tomam parte nela, enquanto a discussão das políticas públicas que supostamente deveriam ser o foco da tomada de decisões pelos eleitores cai para um segundo plano. Sugere também que, não obstante pequenas variações na linha editorial dos jornais, a cobertura dos jornais foi relativamente equilibrada no tratamento que dispensou aos diversos candidatos.

Os outros dois trabalhos que completam o dossiê discutem o papel que o HGPE desempenha no processo eleitoral. Embora orientados por perspectivas teóricas distintas, ambos os trabalhos enfatizam a dimensão cognitiva da mediação exercida pelo HGPE no que concerne à experiência eleitoral. Erinaldo Ferreira do Carmo centra o seu foco na questão da *informação* política e sua interface com o interesse em política. Com base na análise de surveys e grupos focais, o autor colhe evidências de que o HGPE desempenha um papel fundamental como fonte de informação política para os eleitores, mas que não o faz isoladamente; ao contrário, ele se articula com o espaço micropolítico que se constitui nos diálogos que o eleitor mantém com seus amigos e outras pessoas. Por seu turno, o texto de Maria Izabel Muniz Ferrari privilegia a dimensão *emocional* da mediação exercida pelo HGPE. Com base na análise da vitoriosa campanha de Luis Inácio Lula da Silva para presidente do Brasil, em 2002, ela propõe que o melodrama se constitui como a base de uma gramática emocional das campanhas, que se vale dos recursos audiovisuais da televisão para estabelecer um vínculo afetivo entre o telespectador e o candidato e, deste modo, estabelecer os fundamentos emocionais do engajamento político.

Afonso Albuquerque
Editor Chefe do Dossiê