

Os *expertos* de Norberto Bobbio e a profissionalização da comunicação política contemporânea¹

Paulo Roberto Figueira LEAL²

Lucas Lisboa PETHS³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

Diversas são as discussões sobre as definições e o papel dos intelectuais na sociedade atual. O presente artigo estabelece um debate inicial sobre o assunto, considerando o tema relacionado à comunicação política, orientada cada vez mais pela lógica dos meios de comunicação de massa. Neste sentido, também traz à tona o cenário contemporâneo de personalização, ou seja, a valorização de pessoas e não de partidos, para se analisar o contexto de profissionalização das campanhas eleitorais, à luz das ideias de Norberto Bobbio sobre os intelectuais *expertos*.

Palavras-chave: comunicação política; personalização; intelectuais; *expertos*.

1. Introdução

O presente artigo pretende estabelecer uma discussão sobre o papel dos intelectuais na política contemporânea, cada vez mais marcada e orientada pela lógica dos meios de comunicação de massa (GOMES, 2004, p. 24). Neste contexto de mútua dependência entre comunicação e política, podemos entender como “intelectuais” os profissionais que estão envolvidos em consultorias e assessorias às campanhas eleitorais ou às atividades parlamentares pós-eleição. Adota-se, neste sentido, a ideia de que eles seriam *expertos*, em conceito utilizado por Norberto Bobbio (1997). Parte-se também da concepção de Daniel Aarão Reis Filho (2000) de que os intelectuais podem ser assim definidos independentemente de posicionamento político ou ideologia defendida – seja ela de direita ou de esquerda.

Em um segundo momento, busca-se evidenciar a proximidade desses *expertos* com a política atual, utilizando como conceito base a ideia da personalização da política, trabalhada por autores como Roger-Gérard Schwardtzenberg (1977), Bernard Manin (1995) e Alessandra Aldé (2001). Ou seja, indo além de todos os debates sobre a pureza do trabalho intelectual, além da ideia do intelectual orgânico de Gramsci, o que se pretende é discutir a ideia de que, hoje, boa parte dos intelectuais assume uma estreita relação com a

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. E-mail: lucaslpeths@gmail.com

³ Doutor em Ciência Política pelo IUPERJ e professor associado da UFJF. E-mail: pabeto.figueira@uol.com.br

política e, por consequência, com a comunicação; se não como consultores, como próprios atores políticos ou, ainda, como *personas* – personagens – que incorporariam, por meio de estratégias de campanha, a imagem de um intelectual, caso isso trouxesse benefício eleitoral.

Entretanto, antes de se estabelecer a problematização principal, faz-se necessário debater, ainda que em menor profundidade, os dilemas existentes em relação às definições e categorizações dos intelectuais atualmente, bem como tornar mais claros os possíveis papéis desempenhados por eles e sua relação com o poder.

2. Poder, política e intelectuais

Muitos são os autores que, em alguma medida, já trataram sobre a relação dos intelectuais com o poder, especificamente no que se refere à sua relação com a política. O debate sobre os intelectuais e o seu estudo histórico permaneceu parado por algum tempo, mais por uma “questão de ausência do olhar que de descrédito” (SIRINELLI, 2003, p. 232) para, em seguida, ganhar vigor. “A história dos intelectuais tornou-se assim, em poucos anos, um campo histórico autônomo que, longe de se fechar sobre si mesmo, é um campo aberto, situado no cruzamento das histórias política, social e cultural” (SIRINELLI, 2003, p.232).

O debate sobre os intelectuais se inicia já na tentativa de se definir quem são, de fato, os intelectuais. Será que há critérios objetivos? O intelectual é aquele que possui algum título universitário, que redige artigos, ou aquele que é considerado assim pela sociedade, independentemente de suas ocupações? Para Daniel Aarão Reis Filho, os intelectuais são “personagens culturais – criadores ou mediadores, ou ainda divulgadores, pouco importa – mas sempre situados como *pessoas políticas*” (REIS FILHO, 2000, p. 12).

De acordo com a concepção de Daniel Aarão, o mais importante para caracterizar um intelectual seria, então, a função desempenhada por ele na sociedade. Desta forma, ele destaca que, de maneira geral, eles são sempre *men of ideas* (REIS FILHO, 2000, p. 12) que, apesar de possuírem, sim, um *status* social, esse deixa de ser o foco quando os intelectuais assumem uma perspectiva de interesse coletivo. Para o autor, essa perspectiva “pode ser reacionária, conservadora, reformista ou revolucionária, sem que isto possa qualificar ou desqualificar a condição de intelectual” (REIS FILHO, 2000, p. 13). Ou seja,

na visão do autor a classificação de alguém como intelectual independe de posicionamento político ou ideologia defendida.

Desta maneira, a partir dos diferentes e constantes questionamentos, de acordo com Bobbio (1997), os debates “entre intelectuais a respeito dos intelectuais, isto é, a respeito de si próprios, não têm trégua” (BOBBIO, 1997, p. 7). Exemplo disso é a ideia do próprio Bobbio e de Sirinelli (2003) sobre a percepção – mais ou menos óbvia – das características dos intelectuais ao longo do tempo.

De modo geral, independentemente do que se diga sobre os intelectuais nas sociedades caracterizadas pela divisão do trabalho, Bobbio destaca que eles compõem “um grupo com características bem definidas de pessoas que se reconhecem entre si mesmo quando se insultam, e que falam umas com as outras mesmo quando presumem ou pretendem falar com o público”. (BOBBIO, 1997, p. 81). Para Sirinelli, de modo distinto, os intelectuais “constituem um grupo social de contornos vagos que durante muito tempo foi pouco significativo em termos de tamanho” (SIRINELLI, 2003, p. 234).

Além de reduzido e indistinto, Sirinelli considera marca fundamental do intelectual o pertencimento às elites. Aliás, a definição do intelectual também leva em consideração o momento histórico, como destaca Daniel Aarão: “por mais brilhantes, e por mais que se imaginem suspensos e soberanos na História, os intelectuais têm sempre um solo determinado, um momento específico, uma conjuntura precisa” (REIS FILHO, 2000, p. 13). Por isso, prossegue o autor, “a trajetória de um intelectual pode se tornar a monografia de uma época – como Gramsci” (REIS FILHO, 2000, p. 13).

O questionamento do motivo pelo qual uma ideologia (ou valorização de determinado intelectual) se torna dominante em determinada época está presente na obra de Jean-François Sirinelli (2003). Como exemplo, ele cita Alexis de Tocqueville que, de acordo com ele, “figura com justiça num lugar de destaque na história das ideias políticas, mas o historiador dos intelectuais se interrogará principalmente sobre o fato de este autor ter permanecido por muito tempo num ângulo morto da paisagem ideológica” (SIRINELLI, 2003, p. 236). De modo contrário, o autor aponta que o pensamento de Jean-Paul Sartre subsistiu durante décadas nas mentes de jovens intelectuais – “mesmo depois que o astro deixou de brilhar” (SIRINELLI, 2003, p. 237).

Base para o questionamento de Sirinelli pode estar contida no conceito de *habitus* de Pierre Bourdieu, que caracteriza as percepções do indivíduo, ou seja, o conjunto do que foi interiorizado por ele, ainda que de maneira inconsciente, que confere “unidade à maneira de

pensar de uma época, balizando os limites daquilo que é suscetível de ser pensado” (REIS FILHO, 2000, p. 13).

Também é interessante notar que a atividade intelectual pode ser permeada por uma espécie de metalinguagem, quando o tema é trabalhado por alguém definido como “intelectual”. Na visão de Norberto Bobbio,

Não é preciso ser médico para falar de medicina, ou jóquei para falar de hipismo. Mas não se pode falar de intelectuais sem fazer o que habitualmente fazem os intelectuais, e, portanto, sem ser, ao menos naquele momento, um intelectual, mesmo que não consciente de sê-lo. Só esta inconsciente duplicação permite a um intelectual falar tão mal dos outros intelectuais (BOBBIO, 1997, p.8).

Para Bobbio, o que caracteriza definitivamente os intelectuais nas sociedades é o exercício do chamado poder ideológico, presente ao lado dos poderes político e econômico, de modo que ele se exerça “não sobre os corpos como o poder político, jamais separado do poder militar, não sobre a posse de bens materiais, dos quais se necessita para viver e sobreviver, como o poder econômico, mas sobre as mentes pela produção e transmissão de ideias, de símbolos, de visões de mundo, de ensinamentos práticos, mediante o uso da palavra” (BOBBIO, 1997, p.11).

Neste contexto também é válido trazer à tona os pensamentos de Pierre Bourdieu (1989) sobre o poder simbólico que, para ele, é um “poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (BOURDIEU, 1989, p. 7). O autor acrescenta ainda que

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os sistemas simbólicos cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a domesticação dos dominados. (BOURDIEU, 1989, p.11).

Explicitando ainda mais o conceito, Pierre Bourdieu define que o poder simbólico é uma forma transfigurada e legitimada das outras formas (tradicionais) de poder, e que é uma maneira capaz de produzir efeitos reais, mas sem o tradicional dispêndio de energia. Em suas próprias palavras,

Só se pode passar para além da alternativa dos modelos energéticos que descrevem as relações sociais como relações de força (...) na condição de se descreverem as leis de transformação que regem a transmutação das diferentes espécies de capital em capital simbólico e, em especial, o trabalho de dissimulação e de transfiguração que garante uma verdadeira transubstanciação das relações de força fazendo ignorar-reconhecer a violência que elas encerram objetivamente e transformando-as assim em poder simbólico, capaz de produzir efeitos reais sem dispêndio aparente da energia. (BOURDIEU, 1989, p.15).

Outro autor que tratou do tema foi Michel Foucault (1979). Ele defende que o poder (entendido não como algo único, centralizado, mas descentralizado, sendo uma prática histórica) não pode ser explicado completamente quando caracterizado exclusivamente pelo seu caráter repressor. Para o francês, ele iria além de impedir que os homens atuem de determinada forma, e buscaria gerir e controlar suas ações – podendo, inclusive diminuir o poder de mobilização ou força política. Dizer “não”, acrescenta Foucault, é insuficiente. “O que faz com que o poder se mantenha e seja aceito é simplesmente que ele não pesa só como uma força que diz não, mas que de fato ele permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso” (FOUCAULT, 1979, p. 8).

Também vale observar, brevemente, que os pensamentos de Foucault se sustentam em argumentos diferentes daqueles utilizados por Nicolau Maquiavel ao considerar o poder já aplicado a um governo que seria sustentado, em grande medida, pelo temor. Com base em um princípio utilitarista, os argumentos do autor são ancorados na ideia de que não existiria o “certo” e o “errado”. Em vez disso, necessidade, sucesso, perigo e dano, por exemplo, seriam forças motrizes das ações tomadas pelo governante. Para ele a utilidade assume, então, papel superior à moralidade no que se refere às características desejáveis a quem estiver no poder (KELLY, 2013, p. 76).

Contudo, até mesmo Maquiavel reconhece que o poder coercitivo do governante (do “Príncipe”) não deve ser a única via de controle ou influência. Para ele, o Príncipe também deveria possuir qualidades de liderança – o que ele chamou de *virtù* (virtude). Ou seja, além do pulso firme, o italiano conjuga na fórmula do sucesso elementos mais subjetivos. Para ele, “a força explica o fundamento do poder, porém é a posse de *virtù* a chave por excelência do sucesso do príncipe” (WEFFORT, 2002, p. 23).

O Príncipe de Maquiavel, então, deveria guiar-se pela necessidade, aparentando (ainda que não possuindo) qualidades valorizadas pelos governados. Se a imagem de um líder forte e respeitável poderia ser conseguida por meio de chacinas ou conquista de novos territórios, o governante não deveria hesitar em colocá-la em prática, diria Maquiavel.

Contemporaneamente, o debate sobre o poder e sua influência – especialmente na política – persiste, principalmente quando inseridos os intelectuais neste processo, como destaca Celso Lafer (2009):

O tema dos intelectuais e do poder não é importante apenas porque os intelectuais apreciam a discussão em torno desse assunto e as controvérsias que suscita. É importante porque a atividade intelectual de produção, discussão e transmissão de ideias é muito necessária para a ação política nas sociedades contemporâneas. (LAFER, 2009, p.1).

Em um segundo momento, o debate vai além da definição de quem seriam os intelectuais ou o que, de fato, é o poder, e se dá em relação à classificação desses intelectuais de acordo com sua participação social e relação com a política, por exemplo. Norberto Bobbio (1997), em “Os intelectuais e o poder”, resgata as ideias do livro *Men of Ideas*, de L.A. Coser, que divide em quatro categorias as possíveis relações entre intelectuais e política. A primeira delas é a ocupação do poder pelo próprio intelectual, que Bobbio classifica como rara. Exemplos históricos, de acordo com o autor, seriam os jacobinos e os bolcheviques.

Ainda de acordo com o autor, aos intelectuais também caberia a tarefa de legitimar o próprio poder: “para dar exemplos próximos a nós, todos aqueles que nos regimes totalitários contribuem com escritos e discursos para a chamada fábrica do consenso” (BOBBIO, 1997, p.113). De modo contrário, haveria aqueles intelectuais que assumiriam a função de combater permanentemente o poder, atuando como críticos e representantes do dissenso. Sobre este papel, Lafer salienta que

A postura da crítica em face do poder adquiriu força a partir da tradição filosófica oriunda do “Iluminismo” do século XVIII. Tem muito a ver com o inconformismo, por vezes radical, perante os males da sociedade. Na vertente animada pela moralidade da discussão pública, representa a ideia-força de independência, mas não indiferença dos intelectuais em relação à política, lastreada na autonomia relativa da cultura em relação à política. (LAFER, 2009, p. 3).

Outra categoria seria a daqueles totalmente desvinculados do poder, “na medida em que consideram que o seu reino não é deste mundo (...) sua função passa a ser, como intelectuais, a de dar a Deus o que é de Deus” (BOBBIO, 1997, p. 113). Por fim, os intelectuais poderiam influir no poder estando fora dele, de maneira a assessorá-lo, como

fizeram os conselheiros (grupo também chamado de *brain trust*) de Franklin Roosevelt nos Estados Unidos.

As classificações de Bobbio ilustram as definições dadas por ele aos intelectuais: de um lado haveria os ideólogos, ou seja, aqueles que agiriam conforme princípios-guia, pela ética das convicções, e, do outro, os *expertos*, que seriam mais técnicos, movidos pela ética das responsabilidades – e que atuariam, por exemplo, como assessores e consultores políticos⁴.

Exemplo da importância do conhecimento (entendendo, desta forma, o intelectual como o *experto*) são as ações que devem ser tomadas em relação à economia de um país. Como saber quais atitudes devem ser tomadas para desenvolver determinado setor, criar novos empregos ou valorizar o mercado nacional? Para isso, é preciso conhecimento específico – se não do próprio político, de alguém (detentor desse saber) que desempenhe o papel de consultor ou assessor. Desta maneira, pode-se dizer que

As sociedades contemporâneas requerem, assim, tanto princípios, valores e diretrizes que apontem rumos nas incertezas das transformações, como saber técnico apto a prover conhecimentos-meios necessários para traduzir os rumos apontados e os valores escolhidos em políticas públicas viáveis. (LAFER, 2009, p.2).

A ampliação do papel dos intelectuais para além do aparelho ideológico do Estado, como evidenciado pelas classificações desenvolvidas por Bobbio, se relaciona com o surgimento de uma nova esfera social, decorrente da pressão do desenvolvimento do sistema capitalista, que Gramsci denominou “sociedade civil” (COUTINHO, 2005, p. 16). Para Gramsci, essa nova esfera possui dimensão material própria, e não se limitaria aos mecanismos de dominação direta tradicionais, por meio da coerção. De acordo com as ideias de Carlos Nelson Coutinho (2005), “o que especifica essa sociedade civil é o fato de, através dela, ocorrerem relações sociais de direção político-ideológica, de hegemonia, que (...) ‘completam’ a dominação estatal, a coerção, assegurando também o consenso dos dominados (COUTINHO, 2005, p. 16).

Desta maneira, pode-se afirmar que a sociedade civil de Gramsci aparece como um mundo intermediário, entre interesses públicos e privados. Como explica Coutinho (2005, p.16), ela é “o campo dos aparelhos privados de hegemonia, o espaço da luta pelo consenso, pela direção político-ideológica”. Neste cenário, os intelectuais poderiam, então, se articular

⁴ Reis Filho (2000) compara os ideólogos aos *Intelligenti*, termo resgatado segundo a tradição russa, e considera os *expertos* semelhantes aos intelectocratas (ou estadistas).

não apenas com o próprio Estado, mas também com essa nova esfera composta por outras instituições e marcada pelas lutas de classe.

Na visão de Coutinho, “essa (...) parece uma acepção, talvez a mais importante, da noção gramsciana de ‘intelectual orgânico’. Com a emergência da sociedade civil e de sua organização cultural, os intelectuais ligam-se predominantemente às suas classes de origem ou de adoção – e, por meio delas, à sociedade como um todo” (COUTINHO, 2005, p. 19).

É importante também dar um panorama sobre as definições dadas por Gramsci aos intelectuais. Para ele, existem duas categorias: os orgânicos e os tradicionais. O intelectual orgânico seria justamente aquele citado por Coutinho (2005), que se mantém vinculado à sua classe social de origem e atua como um porta-voz dos interesses de classe, com um caráter mais técnico, lembrando os *expertos* de Norberto Bobbio. Já o intelectual tradicional seria aquele autônomo, independente na sociedade, como destaca Bobbio (1997), e filósofos e escritores seriam exemplos mais tradicionais.

Sobre a relação Intelectuais - Estado, Bobbio opina que eles não se identificam completamente com a classe política, ainda que se dediquem a estudar questões que se relacionam diretamente à esfera política, e também nos casos em que é “quando se constata a existência de casos em que é perfeita a identificação na mesma pessoa do intelectual e do político” (BOBBIO, 1997, p. 82). O autor prossegue, e defende que

Hoje essa separação é um fato, tão mais evidente e dificilmente modificável desde quando existe e até quando existir a figura, por ora nada declinante, do político profissional, que não pode deixar de provocar a sobrevivência ao seu lado, e quase como reflexo, do intelectual profissional. (BOBBIO, 1997, p. 82).

Mas será mesmo que, atualmente, em uma sociedade cada vez mais mediada por diferentes meios de comunicação de massa, a separação defendida por Bobbio, entre intelectuais e políticos, é tão marcada? Nosso questionamento ao argumento de Bobbio sobre a separação existente entre intelectuais e políticos se dá na medida em que, por meio do papel do assessores políticos (*expertos*), é possível que os políticos assumam diferentes papéis – inclusive o de intelectual, caso seja conveniente.⁵

⁵ No Brasil, aliás, é marcado o caso do ex-presidente da República Fernando Henrique Cardoso (governo: 1995 - 2002), professor universitário e atualmente membro da Academia Brasileira de Letras – definição comum do que seria um intelectual. Lafer (2009) considera que ele assumiu, dentre as classificações de Bobbio, o papel de assessor, de intelectual que ocupa o poder político, de legitimador da política e também de opositor.

O exemplo de Fernando Henrique Cardoso, contudo, não dá conta da complexidade da relação intelectual – política na sociedade atual (seja ou não no Brasil). Apesar de ser um exemplo consolidado, o foco do trabalho é apresentar um debate relacionado ao fenômeno da personalização, pelo qual os *expertos*, como definido por Bobbio, trabalhariam de

É o que se discute a seguir, tendo como base a comunicação e o conceito de personalização da política, com os argumentos defendidos pelo autor Roger-Gérard Schwartzberg, e um breve debate sobre a profissionalização das campanhas eleitorais.

3. Comunicação política profissionalizada, personalizada e o papel dos intelectuais contemporâneos

Na contemporaneidade, pode-se dizer que os profissionais da comunicação política e demais consultores na área do marketing assumem o papel dos *expertos* de Norberto Bobbio; fundamentalmente técnicos, eles acabam atuando com a tarefa de analisar as demandas da sociedade por meio de pesquisas de opinião e, em seguida, elaborar estratégias de campanha. A atuação deles se dá a partir de uma mudança de foco da política para a tendência à personalização, como definido por Schwartzberg: “a política, outrora, eram as ideias. Hoje, são as pessoas. Ou melhor, as personagens. Pois cada dirigente parece escolher um emprego e desempenhar um papel. Como num espetáculo” (SCHWARTZENBERG, 1977, p.9).

Segundo Schwartzberg, além de vivermos sob as relações de sociedade e espetáculo destacadas por Guy Debord, temos também a própria espetacularização do Estado e da política; o espetáculo estaria, então, no próprio poder. Os políticos seriam personagens, que atuariam conforme os interesses e papéis que julgarem mais convenientes.

Schwartzberg (1977) destaca ainda que, com a personalização, o poder acaba assumindo a fisionomia do próprio governante. Por sua vez, o governante poderia moldar a imagem que gostaria de exibir à população, de acordo com seus interesses e objetivos; a realidade, neste contexto, pouco importaria. De acordo com o autor, como no Príncipe, de Maquiavel, o importante é que a população nela acredite e a aceite – ainda que não seja, de fato, realidade. Em suas palavras, “os dirigentes se transformam em atores, em artistas da política. Inventam uma arte política, feita de artifícios e ilusões, de trucagens e tapeações”. (SCHWARTZENBERG, 1977, p. 135).

Desta forma, o autor argumenta que a política-espetáculo favoreceu a personalização do poder que, para ele, possui características teatrais. Como em uma representação, os políticos assumiriam papéis, que ele categoriza como o herói, o igual a todo mundo (*common man*), o líder charmoso, o pai e a a-mulher política. Como

forma a construir estratégias e edificar personagens políticos para criar a empatia dos eleitores – sendo a *persona* de um intelectual uma das passíveis de construção.

complementa Rafael Grohmann (2010), “deste modo, a política contemporânea seria espetacular porque se dedica à tarefa de providenciar fatos dotados de características de visualidade plena, que se impõem na esfera de visibilidade da comunicação de massa” (GROHMANN, 2010, p. 16).

O pensamento contemporâneo de Walter Lippman (2010) resgata a importância da construção e manutenção de uma imagem positiva perante o público. De acordo com ele, “grandes homens, mesmo durante o período de suas idas, são usualmente conhecidos pelo público somente através de uma personalidade fictícia” (LIPPMAN, 2010, p. 24). Ou seja, para o autor, as pessoas acabam por criar suas próprias “fachadas”, exibidas publicamente, enquanto o “interior” permanece oculto.

Alessandra Aldé (2001) explica que a personalização da política – tanto no que se refere aos emissores quanto aos receptores da informação – obedece a uma lógica afetiva, principalmente na televisão. “O que ‘as pessoas passam’, ao vivo ou na TV, não é construído pela coleta e análise de informações sobre administração, leis e medidas provisórias, e sim baseado na empatia da figura pública, em seu relacionamento – muitas vezes na mídia – com o telespectador individual” (ALDÉ, 2001, p. 174).

Os candidatos passaram a ser “moldados”, então, de acordo com a opinião pública, priorizando determinada característica em detrimento de outra, filtrando o que os eleitores deveriam ou não saber sobre seus hábitos, sua personalidade e suas ideologias, por exemplo. Há, portanto, a criação e manutenção de uma *persona*, palavra que, em latim, significa “disfarce”. Para Leal, “não há como dissociar os debates sobre a construção de *personas* do problema da representação política” (2007, p. 10). O autor vai além, e ressalta que o cenário eleitoral passa a ser um espaço para “compreender como se formam os mitos e os discursos míticos (a construção de *personas* pelos candidatos ilustra esse processo)” (2007, p. 17).

Na opinião de alguns, como é o caso de McAllister, a personalização é um fenômeno que marca o século XXI. Nas palavras dele, esse fenômeno “parece então ser o resultado da soma das tecnologias ao serviço dos media e das estratégias dos políticos. Na ausência de mudanças radicais a personalização da Política permanecerá uma, e talvez a principal, característica da política democrática do século XXI” (MCALLISTER apud SANTANA, 2012, p. 12).

Para Bernard Manin (1995), na sociedade atual (diferente do período do final do século XIX até os anos 80 dos anos XX), os partidos ficam em segundo plano, perdendo

espaço para o voto influenciado principalmente na imagem construída do líder, da pessoa. Isso criaria uma crise de representação com baixa identificação do eleitor com os partidos políticos e organizações como sindicatos, por exemplo, resultando em instabilidade eleitoral.

O autor destaca que, no passado, os partidos chegavam a propor aos eleitores um programa político, que se comprometiam a cumprir caso chegassem ao poder. Contudo, atualmente “a estratégia eleitoral dos candidatos e dos partidos repousa, em vez disso, na construção de imagens vagas que projetam a personalidade dos líderes” (MANIN, 1995, p.2). Como consequência dessa proeminência do culto à pessoa, Manin aponta que a eleição dos representantes já não parece um meio pelo qual os cidadãos podem expressar o que desejam ver executado. O cenário atual seria o que ele define como “democracia de público”, em contraponto à “democracia de partido”, de outrora.

A mídia aparece como uma das justificativas para este fenômeno: como os candidatos/políticos se comunicam diretamente com a população por meio dos veículos de comunicação, a mediação dos partidos políticos acabou perdendo espaço. O autor ressalta ainda que os meios de comunicação fazem lembrar a natureza face a face da representatividade de outrora. Em suas palavras, “os candidatos se comunicam diretamente com seus eleitores através do rádio e da televisão, dispensando a mediação de uma rede de relações partidárias” (MANIN, 1995, p. 26).

Parte dessa percepção também se manifesta no conceito de “campanha permanente”, popularizado no livro “The Permanent Campaign: Inside the World of Elite Political Operatives”, de Sidney Blumenthal (1982). De acordo com ele, as campanhas políticas nos Estados Unidos e no Reino Unido deixaram, há muito, de serem realizadas apenas durante os períodos eleitorais⁶. Desta forma, uma vitória ou uma derrota não determinariam o fim de uma campanha, e candidatos e partidos trabalhariam durante todo o tempo a fim de disseminar uma imagem pública favorável a partir dos meios de comunicação.

Para Cátia Santana (2012), o ato de governar, por si só, estará sempre ligado à ideia de campanha. Ela explica que essa associação é inevitável, “uma vez que foram as promessas eleitorais e tudo o que foi feito e proferido durante a campanha que levou o partido/candidato ao poder” (SANTANA, 2012, p.7). Desta forma, a autora salienta que o

⁶ No Brasil, pudemos comprovar esta realidade a partir da Propaganda Partidária Gratuita (PPG), exibida em cadeia nacional de rádio e televisão anualmente. Nosso trabalho comprovou que, além de espaço de propagação de ideais partidários (como determinado legalmente), a PPG atua também como antecipação de campanhas – se enquadrando, portanto, no conceito de uma campanha permanente.

juízo do governo acaba se dando a partir desses padrões: pela comparação com o que foi dito nas campanhas, pelos governos anteriores ou pelas expectativas futuras.

Pode-se dizer, então, que não é ato arbitrário quando uma figura pública aparece em determinado lugar e age de certa maneira, formula imagens, elabora pronunciamentos ou viagens pelo país (SANTANA, 2012, p. 7). Muitas vezes – e contemporaneamente isso é ainda mais verdade – todas as aparições são cautelosamente programadas por uma equipe especializada. Como destaca James Stanyer (2007), “nota-se, de fato, uma escalada já muito bem documentada no número de especialistas de media e marketing com cargos partidários” (STANYER, 2007, p. 56).

Ao tratar do planejamento da imagem durante uma exibição pública não se considera, entretanto, que a repercussão na mídia seja determinante na influência ou convencimento dos receptores da mensagem. Longe de se ter a visão hipermediática-inoculante de que a mídia injetaria hipodermicamente seu conteúdo, a profissionalização da política e a campanha permanente teriam um efeito menos decisivo. O objetivo final é, de maneira mais limitada, pautar temas para serem posteriormente discutidos na agenda pública, de acordo com a Teoria da Agenda desenvolvida por Maxwell McCombs. De acordo com McCombs (2009), recentemente a Teoria da Agenda tem incluído a opinião pública sobre os candidatos políticos e outras figuras políticas, “especificamente a imagem que o público possui sobre estes indivíduos e as contribuições que a mídia faz para estas imagens públicas” (MCCOMBS, 2009, p. 12)

4. Conclusão

O trabalho buscou apresentar, brevemente, a influência dos intelectuais na política contemporânea, marcada pela predominância da plasticidade da imagem e inserida em um contexto em que o *parecer ser* (mais do que o próprio *ser*), passou a ser considerado mais fundamental que o próprio conteúdo. A partir dessa percepção foi possível adequar e moldar diferentes personalidades públicas mais afinadas com os interesses políticos (ALBUQUERQUE, 1999, p. 13). Mesmo que não representasse verdadeiramente a pessoa, aquela imagem construída e difundida amplamente pelos meios de comunicação de massa serviria a seus fins.

O nascimento do marketing político como novo campo de trabalho se deu a partir disso, e se desenvolveu imerso na percepção de que o eleitor poderia ser atingido de alguma maneira a partir da “plastificação” da política para os distintos meios de comunicação –

mesmo que fora do período eleitoral formal. Compreender a rotina e a linguagem própria dos media passou, então, a ser essencial – tornando evidente a participação dos intelectuais *expertos* no processo.

James Stanyer (2007) reconhece e segue a mesma linha de raciocínio e, ao destacar o quão essenciais os profissionais (*expertos*) de comunicação se tornaram nas sedes dos partidos políticos⁷, destaca que eles “têm vindo a tornar o marketing e as relações públicas numa arma fundamental para alcançar os objetivos de exposição pública dos partidos. E são muito trabalhadas as estratégias para garantir o domínio da agenda e impedir as tentativas rivais de assalto à agenda noticiosa” (STANYER, 2007, p. 56).

Ou seja, mais do que entender de política, é preciso impactar a sociedade. Para isso, é necessário conhecimento específico – e não bastam boas intenções legítimas de quem ocupa um cargo político. As disputas estão cada vez mais acirradas, com profissionais atuando em diferentes áreas, e isso torna claro o envolvimento de cada vez mais pessoas capacitadas no processo político.

Sendo assim, a tendência à valorização de atributos pessoais (personalização) da contemporaneidade acaba por incentivar ainda mais a profissionalização das campanhas eleitorais que, por sua vez, acabam atuando permanentemente – e não apenas no período formal. Tudo isto aprofunda a política no contexto de representações e, como observado por Leal (2002), desideologiza as disputas em um cenário denominado de “Nova ambiência eleitoral”. Essa modificação no fazer político tem relevância direta na política e, como consequência, impacta diretamente o cotidiano dos cidadãos – e por isso o tema pode ser considerado relevante, merecendo novos estudos.

Longe de esgotar o tema (o debate está longe do fim, como observa Bobbio) e propor um caminho único sobre o papel dos intelectuais contemporâneos e a sua relação com a comunicação política, este breve texto objetivou, apenas, trazer à tona um dos olhares possíveis sobre o assunto, além de tornar mais claro um tema que, a princípio, pode parecer eminentemente abstrato. Desde as discussões sobre quem são os intelectuais o debate se mostra primordialmente teórico, mas também é possível observar, na prática, os seus efeitos e relações. Desta forma, pretende-se, em trabalhos futuros, analisar em maior profundidade a relação entre intelectuais e política, trabalhando não apenas reflexões teóricas, mas também estudos práticos sobre o assunto.

⁷ Os assessores de comunicação políticos têm sido chamados por um nome específico: *spin doctors*. Para mais informações, ver: RIBEIRO, Fernando Vasco. “Fontes Sofisticadas de Informação”. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2006.

5. Referências

ALBUQUERQUE, Afonso; DIAS, Márcia. **Propaganda política e a construção da imagem partidária no Brasil**. Civitas, Porto Alegre, v.2, n° 2, dez. 2002.

ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política**. Rio de Janeiro, IUPERJ, 2001.

BOBBIO, Norberto. **Os intelectuais e o poder: dúvidas e opções dos homens de cultura na sociedade contemporânea**. São Paulo, Editora Unesp, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BLUMENTHAL, Sidney. **The permanent campaign**. Simon and Schuster, New York, 1982.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Cultura e sociedade no Brasil: ensaios sobre idéias e formas**. Rio de Janeiro, 3ed., DP&A, 2005.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

GROHMANN, Rafael. **A personalização da política e os personagens televisivos: um estudo do Horário Eleitoral Gratuito na disputa pela prefeitura de Juiz de Fora em 2008**. Trabalho de Conclusão de Curso. UFJF, Juiz de Fora, 2009.

KELLY, Paul. **O livro da política**. São Paulo, Editora Globo, 2013.

LEAL, Paulo Roberto Figueira. **A nova ambiência eleitoral e seus impactos na comunicação política**. Juiz de Fora, Revista Lumina n°2, p. 66-67, jul/dez 2002.

_____. **Identidades políticas e personagens televisivos**. Rio de Janeiro, Editora Corifeu, 2007.

_____. **Os riscos do personalismo na política**. Juiz de Fora, A3, 2ª Ed. p. 12, abril de 2012.

LIPPMAN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis, Ed. Vozes, 2. ed, 2010.

MANIN, Bernard. **As Metamorfoses do Governo Representativo**, Revista Brasileira de Ciências Sociais”, n° 29, outubro de 1995.

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, Ed. Vozes, 2. ed, 2009.

REIS FILHO, Daniel Aarão. **Intelectuais, história e política: séculos XIX e XX**. Rio de Janeiro, 7Letras, 2000.

SANTANA, Cátia. **A comunicação digital partidária em períodos não eleitorais.** Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação. Universidade do Porto, 2012.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gerárd. **O Estado espetáculo.** São Paulo, Círculo do Livro, 1977.

SIRINELLI, Jean-François. **Os intelectuais.** In: RÉMOND, René. Por uma história política. 2. Ed., Rio de Janeiro, Editora FGV, 2003.

STANYER, James. ***Modern Political Communication.*** 1. Ed, Cambridge, Polity, 2007.

WEFFORT, Francisco. **Os clássicos da política – volume 1.** São Paulo: Editora Ática, 2002.