



O Cotidiano da Política no Jornalismo: Espetáculo e Debate Público na Esfera Midiática¹

Rostand de Albuquerque MELO²
Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, PB

RESUMO

No contexto das sociedades democráticas de massa, a participação no debate político também passa pela esfera midiática. O acesso à informação, bem como o controle de sua difusão, são fatores preponderantes que orientam a tomada de decisões dos cidadãos e possibilitam seu engajamento em campanhas eleitorais e seu acesso às esferas de poder. Nesta intersecção entre o campo da política e o campo mídia, ambos formatados pela relação entre cultura e poder, evidencia-se a influência do jornalismo enquanto 'arena' de visibilidade pública e espaço de trocas simbólicas. Partindo-se da análise desta conjuntura, este artigo propõe uma discussão sobre as influências da linguagem jornalística na configuração de cenários de representação política a partir da noção de campo em Bourdieu e das teorias sobre o processo de produção de notícias.

PALAVRAS-CHAVE:

Mídia e Política; Cobertura Jornalística; Espetacularização; Valores-notícia; Eleições.

INTRODUÇÃO

O termo manipulação tem se tornado um 'lugar comum' quando o assunto é a cobertura jornalística da política, principalmente em períodos eleitorais. O uso exacerbado tem desgastado o conceito, que demonstra ser frágil por não resistir a uma análise mais aprofundada e ampla que aborde as diversas variáveis presentes no processo de elaboração simbólica em torno das narrativas sobre a disputa pelo poder. Desta forma, a noção de manipulação, por si só, não contribui para o debate de um tema tão complexo quando a questão é a relação entre mídia, cultura e política, principalmente se não for contraposta a outras categorias de análise mais profícuas. Para tentar superar esta perspectiva reducionista, este artigo se propõe a articular a noção de

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Campina Grande (PPGCS/UFCG) e bolsista CNPq. Jornalista graduado pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba (PPGC/UFPB). Email: (rostandmelo@gmail.com).



‘campo’ proposta por Bourdieu para discutir as imbricações existentes na relação de mútua dependência entre o campo jornalístico e o campo político, cada um com suas pressões e regras próprias, mas que exercem entre si influências recíprocas em seus mecanismos de funcionamento.

Para tanto, partiremos da relação entre a estrutura sobre a qual se fundamenta o modelo de democracia representativa nas sociedades democráticas com o papel exercido pelo campo da comunicação, e mais especificamente das mídias jornalísticas, na constituição de uma esfera pública. A participação política no modelo vigente depende do acesso à informação, ingrediente fundamental para a definição do posicionamento dos agentes sociais diante da política, seja no contexto eleitoral propriamente dito ou da articulação da sociedade civil de forma mais ampla.

Identificada a imbricação entre mídia e política, adotada aqui enquanto pressuposto de análise, buscaremos demonstrar como as regras internas do campo jornalístico formatam o modo com a política é apresentada enquanto narrativa. O objetivo é demonstrar como a construção das notícias políticas é formatada pela linguagem própria e pelos critérios de noticiabilidade, aspectos fundamentais do funcionamento das engrenagens da linha de produção no noticiário enquanto produto da Indústria Cultural. Defende-se assim, a ideia de que apesar da relação de mútua influência, mídia e política se organizam-se seus modos de operação de modo relativamente independente devido às regras internas de constituição de cada campo.

1. Narrativas jornalísticas: Fatos e Versões da Política

A narrativa jornalística constrói uma forma de percepção peculiar em torno da política, mais do que apresentar relatos, o jornalismo faz um recorte da realidade a ser apresentada. O relato da narrativa jornalística cria “versões” para os fatos cotidianos, inclusive os fatos relacionados à política. Essas versões são propagadas e absorvidas no cotidiano, criando ‘imagens’ dessa realidade. Esta distinção entre fatos e versões presentes na narrativa jornalística possibilita a compreensão de como se (re)constrói a realidade política nas matérias jornalísticas em um processo que pode ser chamado, conforme Bonelli (1996) de “reconstrução jornalística da política”.

O jornalismo, desse modo, constrói e forma visões e versões dos fatos políticos que são absorvidas pelos atores envolvidos neste processo e, desta forma, a abordagem



do jornal se torna um “fato de campanha” (BONELLI, op. cit). Dito de outro modo, estas versões são incorporadas ao jogo político da disputa eleitoral e se tornam fatores determinantes no resultado do pleito. As versões interferem no rumo da disputa, por meio de representações e imagens construídas na narrativa jornalística. Considera-se assim, o jornalismo como um interlocutor que assume a posição de um ator social envolvido no processo político e não apenas um mero narrador desse processo. O jornalismo pode ser considerado um ator social na medida em que assume um papel decisivo na campanha ao formatar a maneira pela qual este fato político será percebido pelos seus leitores-eleitores.

Além disso, a narrativa jornalística interfere na escolha dos temas e aspectos que serão destacados no debate político, como também contribui para a formação das imagens públicas dos candidatos, partidos, eleitores e demais agentes envolvidos na disputa eleitoral. A percepção pública da política na atualidade é perpassada pela atuação dos meios de comunicação de massa, que emolduram as possibilidades de observação e interpretação dos fatos por meio de suas narrativas.

2. Enquadramento e construção de abordagens

A forma como o jornalismo (re)elabora e (re)significa a realidade enquanto notícia em suas narrativas é determinada por um modelo específico de tratamento e seleção das informações. Criam-se então ângulos específicos de abordagem que definem quais os aspectos que serão destacados e quais serão omitidos. Esta reflexão sobre o processo de produção de notícias está baseada no conceito de *framing* ou enquadramento, que se refere aos ângulos de abordagem adotados pelos meios de comunicação no tratamento dos temas pautados pela própria mídia. Conforme define Gutmann:

O termo designa a ‘moldura’ de referência construída para os temas e acontecimentos midiáticos que, por sua vez, também é utilizada pela audiência na interpretação desses mesmos eventos. O *frame* seria justamente o quadro a partir do qual um determinado tema é pautado e, conseqüentemente, processado e discutido na esfera pública. (2006, p.30)

A metáfora do *framing* foi utilizada inicialmente em 1974 pelo sociólogo americano Erving Goffman para caracterizar como os indivíduos compreendem e respondem às situações sociais a partir do modo com que organizam a vida cotidiana



(2005). A partir de então, o termo passou a ser empregado para identificar os elementos utilizados cotidianamente pelos indivíduos para estruturar a maneira como vivenciam suas experiências diárias, interferindo no processo de construção de significados sociais, culturais e políticos.

O conceito de *framing* foi incorporado, então, ao estudo dos processos comunicativos dos efeitos da mídia para explicar como os meios de comunicação de massa criam padrões de seleção, apresentação e interpretação dos fatos. Ao tratar do processo de construção de conteúdo jornalístico, o *framing* de notícias pode ser entendido como “esquema de processamento de informação” (GUTMANN, op. cit), a partir de um parâmetro particular que delimitaria o que se enquadra, ou não, no padrão específico de produção de sentido no discurso jornalístico. Dessa forma, são estabelecidos critérios bem definidos de escolha e organização. Esta metáfora do enquadramento demonstra como determinados processos de comunicação criam uma moldura que reorganiza a forma de percepção da realidade, formando assim modelos de interpretação, assim como evidencia Colling (2001, p. 95):

Produzir um enquadramento é selecionar alguns aspectos da realidade percebida e dar a eles um destaque maior no texto comunicativo, gerando interpretação, avaliação moral e/ou tratamento recomendado para o item descrito.

Ao refletir sobre esta definição do processo de enquadramento, pode-se concluir que a hipótese do *framing* desconstrói a noção clássica de objetividade e imparcialidade atribuídas ao discurso jornalístico ao considerar que estes enquadramentos são definidos a partir de escolhas. Trata-se de um recorte, um processo de seleção. Ao definir um ângulo de abordagem, a narrativa jornalística escolhe e evidencia um determinado ponto de vista que por sua vez será utilizado pelo público como padrão interpretativo de apreensão da realidade. Mesmo que discorde do ponto de vista exposto pela mídia, o público tende a utilizá-lo como padrão referencial de interpretação, ou seja, como ponto de partida para suas reflexões em torno do tema.

Afinal, os aspectos enfatizados pelos meios de comunicação de massa tendem a concentrar as atenções do público que irá definir seu posicionamento, levando em consideração estes aspectos expostos de forma evidente, deixando de lado outros elementos que não foram inicialmente considerados pela mídia. Para compreender como isso ocorre, é necessário relacionar a idéia de *framing* com a hipótese da *agenda-setting*, pois para que se possa formatar um enquadramento em torno de um determinado tema,



antes se faz necessário que este assunto esteja na agenda de discussões. Dito de outra forma, para que a narrativa jornalística aborde um determinado tema sob um enfoque específico é necessário que a própria mídia coloque este assunto em pauta.

Ao enfatizar aspectos e características pessoais dos agentes envolvidos no processo eleitoral, a narrativa jornalística influencia na construção de personagens políticos, não apenas de forma intencional, mas como característica do modo de produção da notícia. Durante a cobertura das eleições, pode-se perceber a construção de determinadas imagens que se encaixam nos enquadramentos determinados pela mídia para formatar um discurso e facilitar a compreensão, criando um código determinado que forja símbolos ou representações em torno de fatos ou pessoas, que se tornarão versões e personagens.

Dessa maneira, a narrativa jornalística tende a representar a política enquanto jogo ou competição, estimulando ou até mesmo criando situações de rivalidade. Essa representação maniqueísta em torno de uma competição é um modelo de enquadramento usado com frequência pelo jornalismo na cobertura de campanhas políticas como forma de estimular o interesse do público e torná-las mais atraentes. Em consequência disto, temas relevantes como os projetos de governo, posições ideológicas ou propostas administrativas ficam em segundo plano neste tipo de abordagem.

A política, para o jornalismo, tem de ser espetacular para se tornar interessante e se encaixar no enquadramento proposto pela mídia. Bourdieu (1997, p. 133) demonstra este tipo relação ao afirmar que no jornalismo, “em um universo dominado pelo temor de ser entediante e pela preocupação de divertir a qualquer preço, a política está condenada a aparecer como um assunto ingrato”. Ora, se o espetáculo faz parte do modo de produção noticiosa dos meios de comunicação de massa, tudo aquilo que nele é representado também se torna espetacular e só ganha destaque, espaço ou visibilidade ao se encaixar nos parâmetros do espetáculo. Para tanto, precisa possuir os elementos de uma narrativa espetacular, seja pelo drama, comédia, ênfase em aspectos inusitados ou pela disputa acirrada.

Para compreender como esses enredos são construídos é preciso observar não apenas a relação do campo jornalístico com o campo político, mas também as rotinas de produção da notícia, regidas pelas leis internas de funcionamento do próprio jornalismo. Evidentemente é necessário considerar que este processo de espetacularização da política por meio do jornalismo carrega consigo certo grau de intencionalidade, mas é importante observar e ressaltar que este processo de espetacularização é intrínseco ao



modo de produção de sentido nos meios de massa. Independente do posicionamento que a mídia possa adotar perante a disputa eleitoral, o espetáculo estará sempre presente por que é dele que a mídia se alimenta e se retroalimenta. Cria-se então uma relação entre o campo jornalístico e o campo político, campos sociais distintos e que possuem uma estreita ligação de dependência e mútua influência. Para Bourdieu (1997, p. 133):

O campo jornalístico produz e impõe uma visão inteiramente particular do campo político, que encontra seu princípio na estrutura do campo jornalístico e nos interesses específicos dos jornalistas que aí se geram.

Essa reflexão considera a própria estrutura interna do campo jornalístico para compreender os mecanismos de construção de um enquadramento que vai determinar a forma como a política será representada na narrativa jornalística. Por outro lado, esta relação também afeta o comportamento dos agentes políticos envolvidos no processo de disputa eleitoral, sejam candidatos, partidos ou eleitores. Estes agentes tendem a desempenhar uma atuação performática no exercício cotidiano da política para alcançar a visibilidade atribuída pelos meios de comunicação de massa, aprofundando a tendência à encenação³ presente no campo político. Profissionais de comunicação, publicidade e jornalismo vão influenciar o campo político e munir de ferramentas necessárias àqueles que desejem ocupar espaços cada vez maiores nos meios de comunicação, para conseguir êxito na disputa pelo poder. Essa profissionalização do campo político, mais especificamente no que se refere à relação entre comunicação e política, faz com que aqueles que possuam o capital intelectual necessário e o domínio das ferramentas da linguagem midiática possam ocupar posições privilegiadas na disputa pelo poder.

Tal qual expõe e demonstra Scotto (2006), cria-se uma complexa engrenagem em torno do candidato para produzir, aos moldes de um processo técnico e hierarquizado, a construção da imagem pública de um candidato ou político em exercício de cargo público. Esse estrutura é formada proeminentemente por profissionais do campo do *marketing* e da comunicação, mas tem se tornado cada vez mais fundamental para a obtenção e manutenção do poder político. Cuidando desde a estética até a oratória, passando pelas pesquisas de sondagem de opinião, essa estrutura

³ Ver Balandier (1982).



representa na prática um espaço de intersecção entre o campo político e o campo midiático.

A construção de determinadas imagens que se encaixam nos enquadramentos determinados pela mídia para formatar um discurso e facilitar a compreensão cria um código peculiar aos meios de comunicação de massa. Aqueles que compreendem este código e conseguem dominar seus mecanismos de funcionamento conseguem projetar uma imagem pública que confere visibilidade na mídia e legitimidade em várias esferas do campo político. Assim como afirma Bonelli (1996, p.85): “Um dos processos sociais presentes na prática política é a dimensão simbólica dos eventos eleitorais.” Esta dimensão simbólica da prática política está presente nas representações construídas pela narrativa jornalística e é extremamente importante no que se refere à produção de vínculos sociais entre políticos, partidários, militantes e eleitores. Afinal, estes vínculos são permeados por questões culturais e por práticas cotidianas carregadas de subjetividade, fazendo com que o exercício da política ultrapasse as esferas institucionais e seja percebido enquanto elaboração simbólica.

3. As Pressões internas do campo jornalístico

Para se compreender o processo de construção de notícias sobre a política, é preciso entender os mecanismos internos de funcionamento do campo jornalístico. Boa parte das análises sobre as relações entre mídia e poder pecam por negligenciar esse aspecto, carregando as tintas em uma observação superficial do fenômeno que tende colocar a política como a única preocupação dos produtores de notícias, que antes disso também tem de dar conta de várias demandas inerentes ao processo, sejam elas demandas comerciais, de público ou relativas aos valores internos e constitutivos do campo da mídia.

Hall (1999) contribui com a análise sobre o funcionamento das engrenagens do campo jornalístico ao enfatizar as pressões internas da produção jornalísticas, explicitando que mesmo quando há uma relação direta com interesses políticos e partidários, a construção das representações sociais adotados nas notícias é feito dentro de uma linguagem própria e de “regras ideológicas profissionais” próprias do campo.

As exigências profissionais de imparcialidade e objetividade, valores norteadores da ideologia jornalística, criam regras que formatam, por exemplo, o modo



de seleção dos sujeitos que terão voz e espaço na cobertura midiática, bem como terão um papel de destaque enquanto fornecedores constantes de informações condições de interesse público e portanto, passíveis de serem consideradas relevantes e de credibilidade. Para manter a impressão de imparcialidade e distanciamento, o jornalismo não fala por si, mas fala por meio de outros que são considerados detentores de uma imagem pública de autoridade ou relevância. Neste sentido, a seleção das fontes neste modelo acaba por reforçar o *status quo* vigente. Nesse sentido, os jornalistas não criam as notícias independentemente, mas, como demonstra Hall, (op. cit. p. 228) “estão dependentes de assuntos noticiosos fornecidos por instituições regulares e credíveis”, a exemplo dos tribunais, do parlamento edo próprio Estado e suas autarquias e instituições.

Entre as pressões internas do jornalismo destaca-se também a necessidade de ordenamento do tempo que possibilite o planejamento da estrutura de produção jornalística e a distribuição de seus recursos em meio a imprevisibilidade inerente aos fatos. Nesta perspectiva o jornalismo não está, apenas, passível de ser influenciado por questões ideológicas, mas também por questões estruturais, ou como define Hall (op. cit. p. 231), uma “mistura de coações profissionais, técnicas e comerciais.

Ao se observar a demarcação temporal que a cobertura jornalística produz na forma como os cidadãos percebem a política em seu cotidiano, nota-se que este recorte temporal é um reflexo do fenômeno do agendamento no processo de construção de representações em torno da política. Esta hipótese atribui aos diversos veículos de informação a capacidade de conferir visibilidade a determinados temas e conseqüentemente tornar obscuros outros assuntos ou abordagens que não são percebidos pelo público por não estarem expostos na mídia.

4. A encenação no campo político

A atuação dos atores políticos na disputa pelo poder possui uma lógica própria determinada pelas regras do jogo político, influenciando o desempenho dos atores envolvidos nesse processo. A prática política enquanto encenação também segue o *script* determinado pela forma como a disputa funciona, pelas forças presentes no que Bourdieu (2000) denomina de “campo político”. O autor aponta para as contradições intrínsecas a organização social onde atua o campo político e como estas contradições



interferem no seu funcionamento. Assim sendo, as relações de classe também são determinantes na constituição do modo peculiar de se fazer política e na construção de uma representação simbólica do poder. Conforme afirma:

A vida política só pode ser comparada com um teatro se se pensar verdadeiramente a relação entre o partido e a classe, entre a luta das organizações políticas e luta de classes, como uma relação propriamente simbólica entre um significante e um significado ou, melhor, entre representantes dando uma representação e agentes, ações e situações representadas. (BOURDIEU, op.cit, p.175).

O campo político é entendido por Bourdieu (op. cit) como “um campo de forças”, no qual os diversos agentes políticos se influenciam mutuamente e agem de acordo com a lógica deste campo. Não apenas os interesses particulares de cada classe ou organização social atuam neste campo, mas a própria disputa pelo poder político molda a ação dos agentes envolvidos. As “regras do jogo” formatam as ações e representações criadas no campo político, conceito marcante dentro da análise de Pierre Bourdieu. Essa forma de agir cria o que o autor chama de “*habitus*”, um comportamento particular dos integrantes deste campo, mas comum a todos que o formam ou que de alguma forma fazem parte dele. Neste “campo de forças”, a influência entre seus integrantes é recíproca, onde cada ação, atitude ou até mesmo a ausência de ação causam efeitos nos demais agentes envolvidos no processo, alterando-lhes o comportamento. A busca pelo poder norteia estes comportamentos e conduz as regras do jogo, em particular e de modo mais intenso nas campanhas eleitorais.

Evidencia-se que o processo de profissionalização da política na constituição de diversas práticas tem como objetivo alcançar e manter o poder político. Neste processo, a produção de imagens em torno da política também está concentrada naqueles que possuem o que Bourdieu chama de “capital político”. Esse capital pode ser formado tanto por poder econômico quanto por “capital cultural”, ou seja, conhecimento específico, experiência ou simplesmente o domínio das “regras do jogo político” e de seus mecanismos próprios de disputa.

O campo da política passa a disseminar práticas que se tornam habituais e comuns àqueles que pertencem ao campo. Ao mesmo tempo em que se profissionaliza, reforça suas leis internas. O político deve demonstrar possuir o que o autor denomina de “competência social” para a política e domínio dos instrumentos próprios da produção de sentido, seja com uma linguagem própria, com uma forma específica de agir ou com



um determinado tipo de discurso. A legitimação de sua atuação enquanto ator político ocorre por meio da atribuição de qualidades ou habilidades que o credenciarão para a atuação no campo político, entre eles na contemporaneidade destaca-se o domínio da expressão midiática.

A construção espetacular de personagens políticos atribui não apenas qualidades reais em si, mas a imagem de que estes personagens possuem um conjunto complexo de habilidades que os distanciariam ainda mais daqueles que são considerados desprovidos de “capital político”. Este capital político é construído por meio de uma representação espetacular, sendo atribuído aos personagens políticos com os quais é relacionado. Desta forma, podemos afirmar que a imagem pública de um personagem político é o produto de uma seleção, um recorte da realidade que é ressignificado ao ser exposto na esfera pública. Nesse caso, Schwartzberg apresenta uma definição clara do que representa a imagem, fundamentado nesta relação entre o político e seu respectivo personagem. Veja-se:

Essa imagem é uma reprodução mais ou menos fiel dele mesmo. È o conjunto de traços que ele preferiu apresentar à observação pública. É uma seleção, uma recomposição. Essa maquete reduzida constitui, portanto uma representação figurada da realidade. E, ao mesmo tempo, uma reconstrução da realidade. (SCHWARTZENBERG, 1978, p. 03)

A estratégia de enfatizar as características pessoais consideradas mais eficazes na disputa política impõe aos agentes políticos uma barreira que os impede de se comportarem de uma forma que contrarie a imagem disseminada sobre eles. Neste jogo de encenações, o político se sente preso à sua própria imagem, que irá determinar sua forma de atuação pública. Inseridos nesta lógica, “o importante é se manter fiel à imagem que se criou para si mesmo. Resultado: muitos dirigentes são prisioneiros de sua própria imagem. Não podem mudar.” (SCHWARTZENBERG, 1978. p. 05). Ao se tornar escravo da própria imagem, o agente político se torna dependente do espetáculo, pois sua relação com o conjunto de forças sociais que conferem sustentabilidade ao poder político é intermediada pelas imagens construídas e disseminadas em torno de si próprio. A representação se torna real ao ser, na sociedade espetacular (DEBORD, 1997), o sustentáculo das relações sociais e não mais apenas um de seus fatores condicionantes.

5. A mídia enquanto palco para a “Teatralização da Política”



Cercado por valores, comportamentos e interesses diversos, o campo político se configura como um espaço marcado por uma forte tendência a teatralização. A atuação pública de seus indivíduos, seja pelo discurso, gestos ou pelo cerimonial que cerca o poder, é caracterizada pela dramatização das ações sociais. Partindo dessa constatação, pode-se afirmar que o exercício da política não se dá apenas pela razão, mas também é movida e influenciada por um complexo jogo de emoções. Para Balandier (1982), todo sistema político se constitui enquanto tal através de mecanismos de produção de sentidos, criando “ilusões”, ou melhor, exercendo sua influência através do imaginário. É o real sendo influenciado e controlado pelo imaginário. Sistemas diversos e conflitantes como a democracia, o regime ditatorial, o sistema monárquico, o parlamentarismo e a república possuem em um ingrediente em comum: o drama. Em cada um destes sistemas existe certo nível de teatralização e, contemporaneamente, espetacularização através de diferentes níveis. As estratégias, os mecanismos desta dramatização variam de acordo com o sistema, porém, esta dramatização aparece como uma característica do fazer político, identificada aqui por Balandier (1982, p.10), como:

Todo poder político obtém finalmente a subordinação por meio da teatralidade, mais aparente em certas sociedades do que em outras, pois que suas diferenças de civilização as tornam desigualmente ‘espetaculares’.

Por meio da metáfora onde se afirma que toda ação social é tida como uma atitude teatralizada, percebe-se que as relações de poder se dão em um “palco” onde os agentes sociais interagem como “atores” que encenam sob as luzes da esfera pública uma disputa ou relação de poder. Mas uma vez, assim como ocorre em Schwartzberg (1978) e Debord (1997), levanta-se o questionamento sobre a relação entre o real e o imaginário. Balandier mostra que o fazer político está intrinsecamente ligado à questões subjetivas ao afirmar que o grande ator político comanda o real através do imaginário. (1982). Pode-se afirmar então que governar, sob essa perspectiva, é produzir espetáculos.

Os meios de comunicação de massa intensificaram o processo de dramatização da vida política, tornando-a mais próxima do cotidiano. A política deixa então de ser algo distante e inacessível para fazer parte da rotina da sociedade, através dos meios de difusão de informação. Ao mesmo tempo em que este processo espetaculariza a política, também a torna mais comum, banalizando-a. O mundo político aparece mais acessível e



aberto aos governados, quebrando a aura de mistério que antes envolvia o poder. Segundo Balandier, isto traz a política para perto do cotidiano, mas quebra o encanto e provoca desinteresse. A mídia aproxima, mesmo que de forma representativa, o povo do palco político e de seus personagens, por meio das imagens que representam estes personagens. Os meios de comunicação em massa causam efeitos nunca antes observados em outras épocas. Aquele que pretender ser um líder político deve agora saber lidar com esta nova forma de produção simbólica do poder, assim como “representar” os desejos coletivos. A imagem ganha força sobre o argumento, tornando o processo político ainda mais “teatral”:

A multiplicação e a difusão dos meios de comunicação modernos modificaram profundamente o modo de produção das imagens políticas. Elas podem ser fabricadas em grande quantidade, por ocasião de acontecimento ou de circunstâncias que não têm necessariamente um caráter excepcional. Elas adquirem, graças aos meios audiovisuais e à imprensa escrita, uma força de irradiação e uma presença que não se encontram em nenhuma das sociedades do passado. Elas se tornam cotidianas; isto quer dizer que elas se tornam banais e se desgastam, o que exige renovações frequentes ou a criação de aparências de novidade. (BALANDIER, 1982, p.62).

A teatralização do poder não seria tão forte sem os grandes veículos modernos de comunicação, como a TV, o Rádio, as mídias impressas e, mais recentemente, a internet. Sem estes meios de difusão, a teatralização do poder não teria o mesmo alcance e seria conduzida por “múltiplas cenas locais” (BALANDIER, op. cit). Entretanto, ao considerarmos o exercício da política em uma perspectiva micro, deve-se considerar que a atuação dos meios de comunicação de massa interage com aspectos particulares e comuns à comunidade onde o processo ocorre. Além de estarem presentes no discurso midiático, estes aspectos simbólicos mantêm uma relação de influência recíproca com a mídia, em um processo de constante construção e reconstrução de significados. A mídia, para Balandier, possui a capacidade de dramatizar toda ação social, espalhando por toda a sociedade a encenação e o espetáculo, veja-se:

A dramatização generalizada, ultrapassando, portanto, os limites do campo político estritamente definido, é uma característica das sociedades eletrônicas; onde quer que nasça, as mídias podem garantir sua difusão, e, seja qual for sua origem, ela pode receber uma significação política. Das formas da vida cotidiana aos produtos e eventos culturais, tudo pode contribuir, fornecendo um pretexto ou um suporte. (idem, 1982, p. 69).



Em um contexto sócio-cultural específico, tomando-se como parâmetro o pressuposto fundamental da sociedade do espetáculo, as relações são intercambiadas ininterruptamente em uma troca simbólica que entrelaça os valores tradicionais presentes na sociedade e os símbolos voláteis do espetáculo midiático. Com ramificações por toda a sociedade, o espetáculo reconfigura comportamentos e reforça a dramaticidade da ação política, construindo novas encenações. Dito de outra forma, estas encenações são imagens construídas em torno das ações dos indivíduos, transformando cada atitude em uma forma de expressão do espetáculo em processo constante de mediação das relações sociais em curso nos cenários eleitorais.

6. A Política enquanto Prática e Elaboração Simbólica

Percebida por este ângulo, a política torna-se um jogo de aparências, onde o político se vê obrigado a manter a encenação do personagem que aceitou encarnar, pois ao mudar sua “marca” o político perderia a identificação que ele construiu com seu público que de outra forma seria incapaz de reconhecê-lo. A política, ao ser percebida como parte integrante da cultura, se mostra passível de sofrer reelaborações simbólicas. Cada representação construída em torno de um acontecimento ou de uma figura política pode assumir diferentes significados de acordo com a percepção de quem recebe esta mensagem. A política é observada desta maneira com um enfoque subjetivo, numa perspectiva cultural. Assim explica Magalhães (1998, p. 17):

Considerar a política enquanto representação reflete a preocupação em ampliar o campo de abordagem, enveredando por novos caminhos que permitam melhor entendê-la no contexto das elaborações coletivas construídas cotidianamente. Significa considerá-la, ao mesmo tempo, prática e elaboração simbólica. E isto remete diretamente ao estudo da cultura em antropologia, onde as práticas são tomadas como significantes e significados associados a elas como passíveis de decodificação, já que resultado de uma elaboração comum, específica a um grupo, que constitui um código o signo partilhado.

Os jornais trazem a discussão política para o cotidiano, interferindo na maneira como a disputa pelo poder será percebida pelos indivíduos, formatando assim o comportamento adotado no jogo político. Assim como afirma Magalhães (op. cit. p.31):



“O imaginário social informa acerca da realidade, ao mesmo tempo que constitui um apelo à ação, um apelo a comportar-se de determinada maneira.”. Sobre a influência dos meios de comunicação de massa, Miguel (2002. p.123) afirma: “Os jornais, primeiro, e o rádio e a televisão, depois, tornaram-se os principais vetores da imagem pública dos candidatos, com impacto significativo, portanto, sobre seu desempenho nas urnas, ou mesmo fora delas”.

Ao colaborar com a propagação de uma imagem pública de um agente político, a mídia interfere não apenas na atuação desta figura, mas também de seus eleitores, opositores ou aliados. Estas tomadas de posição tomam como parâmetro o comportamento adotado por este personagem construído em torno de uma imagem específica, em um contexto onde a personalização da política exerce uma influência determinante e cada vez maior. O discurso jornalístico em torno da política colabora com o processo de personalização do poder; afinal, pode-se considerar que são os meios de comunicação de massa, dentre outros fatores, que conferem a estes personagens legitimidade e visibilidade pública.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, A. A campanha presidencial no “Jornal Nacional”: observações preliminares. In: O Enredo Eleitoral. **Revista Comunicação e política**, Vol. 1, nº1, Agosto-novembro. Rio de Janeiro: Cebela, 1994.p.23-40.
- BALANDIER, G. **O Poder em Cena**. Brasília-DF: Editora UNB, 1982.
- BARREIRA, I. **Chuva de Papéis: Ritos e Símbolos de Campanhas Eleitorais no Brasil**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1998. Coleção Antropologia da Política.
- BONELLI, M. O retrato da política: cobertura jornalística e eleições. In: GOLDMAN, M; PALMEIRA, M. (Orgs). **Antropologia, voto e representação política**. Rio de Janeiro: Contracapa, 1996. p. 84 a 102.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- _____. **Sobre Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- COLLING, L. Agenda-Setting e Framing: reafirmando os efeitos limitados. In: **Revista Famecos**. Nº 14, Abril. Porto Alegre-RS: Edipucrs, 2001. p. 88-101. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/17/a07v1n17.pdf>> Acesso em: 05 out. 2007.
- DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2005.



- HALL, S. et all. A produção social das notícias: os mugging nos média. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: veja, 1999.
- LIMA, V. Televisão e Poder: A Hipótese do Cenário de Representação Política, CR-P. In: O Enredo Eleitoral. **Revista Comunicação e política**, Vol. 1, nº1, Agosto-novembro. Rio de Janeiro: Cebela, 1994. p.05-22.
- _____. Cenários de Representação Política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.
- MAGALHÃES, N. A política na antropologia a na cultura. In: **O povo sabe votar: uma visão antropológica**. Petrópolis-RJ: Vozes, 1998. Cap. 1, p. 17-31.
- NEVEU, É. **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.
- SCHWARTZENBERG, R. **O Estado Espetáculo**. Rio de janeiro - São Paulo: Difel, 1978.
- SCOTTO, G. O “Trabalho com a imagem” e outras atividades de *marketing* político no cenário eleitoral. In: PALMEIRA, Moacir & BARREIRA, César. **A Política no Brasil: visões de antropólogos**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2006.
- SOARES, M. A conjuntura eleitoral. In: O Enredo Eleitoral. **Revista Comunicação e política**, Vol. 1, nº1, Agosto-novembro. Rio de Janeiro: Cebela, 1994.p.67-72.