

O não político na democracia brasileira: aspectos midiáticos sobre a personificação de João Doria a Luciano Huck.¹

Luís Eduardo B. de Sousa Arruda²

Gilberto de Lima³

Rakel de Castro⁴

Universidade Ceuma, São Luís, MA

RESUMO:

O presente artigo tem como objetivo analisar o papel dos novos nomes que estão surgindo no sistema democrático brasileiro, enfatizando um estudo de caso frente às eleições de 2016, que elegeram João Doria prefeito de São Paulo e que vislumbra o apresentador da Rede Globo Luciano Huck como possibilidade presidencial, ambos como personificações do termo não político, mas utilizado por um número crescente de candidatos políticos e eleitores. Metodologicamente, procede-se a uma pesquisa de abordagem qualitativa e documental da mídia, na qual observa como a sociedade enxerga os novos nomes da política agendados pelos meios de comunicação. Ao relacionar pensamentos de diferentes autores que convergem numa ideia central, tentaremos chegar numa conclusão de como o não político se comporta e atrai cada vez mais olhares e angaria novos adeptos do mesmo estilo e seguidores no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: não político; política; democracia; mídia.

INTRODUÇÃO

Este artigo insere-se na discussão sobre o agendamento da mídia quanto à eficiência do sistema político e democrático do país, no qual traz como eixo central, o termo não político que vem ganhando força e atenção de uma grande parcela da população. Segundo profissionais ligados ao marketing eleitoral⁵, a exemplo de João Doria e Luciano Huck, outras

¹ Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Graduando do 6º período do Curso de Publicidade e Propaganda da UNICEUMA – MA. E-mail: luis.arruda345@gmail.com.

³ Graduando do 6º período do Curso de Publicidade e Propaganda da UNICEUMA – MA. E-mail: gilbertolima1933@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação pela UFPE e em Ciência da Comunicação pela UBI / Portugal. É jornalista e mestre em Estudos da Mídia pela UFRN. É docente dos cursos de Jornalismo e Publicidade da UNICEUMA – MA. E-mail – rakeldecastro@gmail.com.

⁵ <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/09/19/Quais-as-causas-e-os-efeitos-da-frase-%E2%80%99n%C3%A3o-sou-pol%C3%ADtico%E2%80%99-adotada-por-v%C3%A1rios-candidatos-nesta-elei%C3%A7%C3%A3o>

personalidades brasileiras estão adotando como estratégia o discurso do não político, um comportamento que dá uma atenção maior à figura pessoal, como está sendo feito com Huck e o próprio Doria já faz, deixando os partidos políticos um pouco de lado e dando destaque à sua trajetória pessoal, conquistando um olhar diferente do eleitor, saturado das situações político-sociais pelas quais o Brasil passa atualmente.

Para entender o que é o ser não político é interessante lembrar o conceito de filantropia⁶, no qual desempenha um papel semelhante ao que o candidato gestor deseja implantar ao alcançar um cargo público.

No discurso do qual se apropria, o gestor quer desempenhar um trabalho filantrópico⁷, reparando os espaços que o sistema estatal não é capaz preencher, deixando uma parcela da sociedade desamparada. Um personagem real desse cenário é o apresentador de TV Luciano Huck, não como candidato, mas como filantropo. No seu programa (Caldeirão do Huck), da emissora Rede Globo, Huck realiza trabalhos que contribuem com meio ambiente, desenvolvimento social e cultural, etc. Contudo, arroga pra si o entendimento de que esteja fazendo política.

O ser não político na realidade sociopolítica que o Brasil enfrenta, está diretamente ligado a uma sociedade desacreditada na política partidária estatal, diante de uma crise de valores, em que entra o papel do agente não político para dar uma nova cara à realidade política, sendo uma pessoa sem ligação aparente com o meio político, proporcionando uma nova credibilidade à sociedade. O não político não seria o oposto do político, mas um político que, usando os mesmos meios, dissemina sua ideologia⁸, entretanto, mascarando a figura de político, já idealizada no subconsciente da sociedade. Querer ser não político é querer criar um sistema político, pautado em novas ideias políticas ou formas de fazer política, porém, abrindo mão principalmente da nomenclatura desgastada política.

⁶ O termo “**filantropia**”, etimologicamente, se define como “amor à humanidade” e pode envolver diversas áreas de interesse público, como por exemplo, meio-ambiente, educação, cultura e saúde. Existem objetivos diversos, como a promoção do desenvolvimento econômico local, o combate à degradação ambiental, a defesa de direitos civis, o acesso à educação, entre outros. A intenção da filantropia é atender objetivos da sociedade que ainda não tenham sido realizados ou que apresentem lacunas sob a responsabilidade do Estado. (GUERRA, 2017)

⁷ Alguns críticos das entidades filantrópicas apontam que estas seriam uma forma de “privatização” das políticas públicas e de diminuir a responsabilidade estatal. Esta perspectiva aponta que a filantropia seria uma forma de “despolitizar” e pulverizar os conflitos sociais. Neste sentido, questiona-se que, muitas vezes, é ausente no discurso de entidades filantrópicas a ideia de que para reduzir a pobreza brasileira, poderia ser necessário também reduzir a concentração de riquezas. – (GUERRA, 2017)

⁸ Um conjunto de ideias, crenças, doutrinas, e modos de pensar característicos de um grupo, seja nação, classe, casta, profissão ou ocupação, seita religiosa, partido político, etc. (cfr. Fairchild, apud Nunes 1961).

DÓRIA E A PERSONIFICAÇÃO DO NÃO POLÍTICO

Ao se candidatar ao cargo de gestor não político, a sociedade inclina que, com uma visão de empresário, o candidato gestor quer privatizar a vida pública, sendo que, ao se candidatar a um cargo público, ele está politizando a própria vida privada.⁹

Levando em conta este conceito, desde as últimas eleições de 2016, o termo não político tem invadido o cenário político brasileiro, em que tiramos como exemplo o ex-prefeito de São Paulo João Doria, que se elegeu em primeiro turno pelo PSDB utilizando o bordão de que não era político, mas gestor”.

Segundo o site Ebiografia, João Doria é empresário brasileiro. Presidente do grupo Doria. É jornalista e publicitário, foi eleito uma das pessoas mais influentes do Brasil e do mundo, pela revista Isto É. Em meio ao público, apresenta-se que vem de uma família perseguida pela ditadura militar, seu pai que era publicitário e deputado, teve seu mandato cassado e viveu na Europa no ano de 1960, durante o exílio seu pai perdeu todo o patrimônio. João Doria saiu de uma escola particular e foi estudar em uma escola pública à noite, para durante o dia trabalhar numa agência de publicidade. Aos 18 anos de idade já era diretor de uma rede de televisão.¹⁰

Em sua vida pública, mesmo utilizando o discurso de que não é político, sempre teve ligações com o mundo político. Antes das eleições municipais de 2016 foi secretário de Turismo do município de São Paulo e presidente da PAULISTUR na década de 80. Durante a presidência de José Sarney, assumiu a presidência da EMBRATUR e do Conselho Nacional de Turismo. João Doria acabou ficando mais conhecido como o apresentador do programa Sucesso, na Rede Bandeirante. Em 2010 e 2011, apresentou o reality show O Aprendiz, da TV Record.

Na sua tomada de posse, como todo e qualquer político recém-eleito, sempre procura fazer grandes citações de filósofos, Doria utilizou as passagens do livro 48 Leis do poder, livro de 1988 de Robert Greene, tido como a versão mais moderna de O Príncipe de Maquiavel e pelos críticos como “amoral” e “manipulador”, pois nessa obra o autor lembra que "um gesto honesto encobre dezenas de outros desonestos", aconselha a usar "palavras

⁹ Dentre as outras causas estruturais que levaram o brasileiro ao atual estado depressivo persistente há uma que vem sendo enfrentada (só não sabemos se com a imparcialidade devida...): a cultura da corrupção; e outras três que vêm sendo reformadas (também não sabemos se no momento ou da forma correta...): a legislação trabalhista, a previdência nacional e o sistema político-eleitoral brasileiro (personalista fragmentado e sem partidos orgânicos). (FAULHABER, 2017)

¹⁰ https://www.ebiografia.com/joao_doria_junior/

vazias de sentido, mas cheias de promessas" e descreve os méritos de se "destruir o inimigo completamente". No qual essas citações foram despercebidas pelo público, por causa do seu ritmo altamente midiático de trabalho desde quando assumiu o cargo de prefeito e também tendo o discurso a seu favor, sustentando o discurso de não ser político, ainda, mas por causa da crise política brasileira assolada pela Lava Jato, em que políticos que querem continuar no poder, a população encontrou em João Doria uma esperança no fim do túnel para a política brasileira.

Doria parece ter achado a fórmula possível na busca por uma confiança renovada e livre de ressentimentos das pessoas em relação aos gestores públicos. Ter a aparência de um outsider¹¹ foi determinante para sua vitória ainda em primeiro turno para prefeito da maior cidade do país, desbancando nomes conhecidos na política brasileira, como Fernando Haddad, Celso Russomano e Marta.

Ao se apropriar do discurso "não sou político, sou gestor" sempre que era questionado em público, a imagem e desejos de Doria transformaram-se nos mesmos anseios do brasileiro nos dias de hoje: cansado do sistema político burocrático, dos impostos e, sobretudo, da corrupção exacerbada que todos os dias tomam proporções ainda maiores. Toda essa situação seria o cenário perfeito para o discurso inovador de Doria, prometendo novas fórmulas para eficiência na administração de São Paulo e, conseqüentemente, para o Brasil. Contudo, Doria foi um ótimo profissional de marketing com recursos eficazes e eficientes, descobrindo cada nova necessidade de um povo e proporcionando soluções para resolvê-las, assim como um produto inovador que entra no mercado todo momento. Para que seu "produto inovador" ganhasse ainda mais qualidade, foi preciso apontar muito mais defeitos para os produtos concorrentes, porque parte do marketing consiste em mostrar como o produto adversário é muito ruim.

LUCIANO HUCK E UMA POSSIBILIDADE ELEITORAL DO NÃO POLÍTICO

Diante de uma crise que não é apenas política ou econômica, mas uma crise de valores, uma crise moral que está corroendo toda a sociedade brasileira que não está restrita apenas a políticos, mas também envolve empresários. Trazendo o discurso do não político, a população busca pessoas que tenham credibilidade em sua caminhada e sua história de vida, e nessa busca de alternativas, o apresentador Luciano Huck ultimamente tem se tornado notícia,

¹¹ Pessoa que não pertence a um determinado grupo (tradução livre dos autores)

em uma provável candidatura à presidência, no qual o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso em uma entrevista ao site El País¹² (2018, online), disse “que sua entrada na campanha eleitoral era saudável e poderia atrair apoios, sobretudo dos mais jovens que buscam alternativas” e “que sua disposição em participar era positiva”.

Destacamos a credibilidade do comunicador¹³ Luciano Huck, que além de uma alternativa, ser considerado não político e influenciador na comunicação, é considerado empreendedor da comunicação e um talento que se renova a cada projeto. Nasceu em 03 de setembro de 1971 em São Paulo, é filho do jurista Hermes Marcelo Huck e da urbanista Marta Dora Grostein.

Huck chegou a cursar direito na USP, mas seguiu a carreira como jornalista. Cursou jornalismo na Universidade de São Paulo e começou a trabalhar na “89 FM”, uma rádio de rock paulista. Em seguida, foi trabalhar na rádio Jovem Pan conseguindo conquistar bons índices de audiência com os programas “Mingau” e “Torpedo Pan”. Estagiou nas maiores agências de publicidade do país da época, como a W/Brasil, de Washington Olivetto, DM9, de Nizan Guanaes, e Talent. Na mesma época, juntamente com outros sócios, abriu seu primeiro negócio: o bar Cabral, em São Paulo.

A carreira de jornalista e radialista começou a caminhar em paralelo com os primeiros passos como empresário. Aos 23 anos fez sua estreia na televisão em um quadro do programa “Perfil”, de Otávio Mesquita. Em 1996, recebeu um convite da Rede Bandeirante para apresentar o “Programa H”. Com 27 anos, Luciano Huck foi locutor da rádio Jovem e apresentador. Em 1999, assinou contrato com a Rede Globo, onde comanda até hoje o “Caldeirão do Huck”, programa de TV que já lhe rendeu vários prêmios e conquistas.

Em seu programa, Huck sempre desenvolveu quadros que incentivassem o empreendedorismo, filantropia e, conseqüentemente, engajamento de seus telespectadores. Em quase 20 anos de programa na Rede Globo, Luciano Huck já visitou todos os Estados e centenas de cidades do país, onde viu de perto a realidade de vários brasileiros, principalmente das classes C e D.

Apesar de nunca ter sido candidato político e nem declarar apoio publicamente a figuras da política brasileira, Huck é próximo de várias lideranças políticas tradicionais. Uma possível candidatura de Huck soava positivamente para muita gente focada em novos representantes dentro do cenário político brasileiro, representantes que não tivessem o viés

¹² https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/04/opinion/1520123718_717711.html

¹³ Teoria Empírico Experimental, segundo Wolf (2005)

político na veia, mas sim um sentimento essencial para o momento de incertezas que o Brasil atravessa: sentimento de 'arrumar a bagunça'. Grupos como RenovaBR¹⁴ e Agora¹⁵ foram receptivos às intenções de Luciano de participar ativamente do meio político nas eleições que se aproximam. Gerir o estado como uma instituição transparente e mais presente na vida das pessoas, tornando-as protagonistas de sua própria vida, com menos burocracias e mais oportunidades de empreendedorismo. Para Renato Meirelles, presidente do instituto de pesquisa Locomotiva e fundador do Data Popular ao site ELPAÍS¹⁶, uma possível candidatura de Huck poderia encontrar eco em diversos setores da sociedade, mas principalmente nas classes C e D, muito concentradas no Nordeste. O apresentador poderia ocupar um vácuo deixado por Lula, que deve sair inelegível de sua condenação na Lava Jato.

Segundo o site ELPAÍS¹⁷, os holofotes sobre Huck não deixaram a classe política indiferente. Enquanto parte do establishment político, como FHC, queria apostar no *outsider* até como falta de alternativa ante a grande incerteza no quadro eleitoral. Apesar da desistência de uma futura candidatura a presidência, o apresentador Luciano Huck seria uma renovação política, no qual ganha mais impulso tanto por parte de conselheiros políticos e com padrinhos políticos.

A DEMOCRACIA E O NÃO POLÍTICO

No caso do Brasil, o modelo que melhor representa a organização política de uma sociedade é a democracia, no qual no contexto dos ideais democráticos é que se possibilita o exercício da política da liberdade. Segundo Dahl (2001), a democracia é compreendida como um regime no qual se observa a progressiva ampliação da competição e da participação, uma poliarquia¹⁸, capaz de apreciar as eleições livres, voto secreto, liberdade de expressão e

¹⁴ O RenovaBR foi criado em outubro de 2017 para preparar pessoas a entrar na política. É uma iniciativa da sociedade, para a sociedade. Não é um partido político.

¹⁵ O Agora é um movimento de ação política a partir da sociedade, independente, plural, sem fins lucrativos e sem vinculação partidária.

¹⁶ Mauricio Moura, CEO da Ideia Big Data, uma consultoria com experiência em campanhas nos EUA e no Brasil, segue o mesmo raciocínio: "Quem mais admira o Huck é o campo popular. Estamos falando do eleitor que é fiel ao Lula, mas não é ideológico". Esse imenso campo segue em aberto.

¹⁷ Nos bastidores Alckmin parecia incomodado com as pressões do grande nome do seu partido diante de seu baixo desempenho nas pesquisas, publicamente ele deu as boas-vindas protocolares a Huck: "Se ele for candidato, ótimo, é o povo que decide, não tem nenhum problema. No PSDB, nós vamos ter a primária em 11 de março. Ele não é filiado ao PSDB, aliás nem sei se tem alguma filiação partidária. Quem quiser ser candidato, tem que se filiar agora em março. Eu nunca desestimulo as pessoas a participarem da política", disse na semana passada.

¹⁸ Deriva de palavras gregas que significam "muitos" e "governo"; assim, "o governo de muitos", segundo Dahl (2001).

organização, uma realidade vivida no Brasil. Em meio à crise política, como fortalecer a nossa democracia? Segundo Murilo de Aragão¹⁹ (2017, online), “o primeiro passo é reconhecer que ela é um objetivo cuja consecução exige participação. O segundo é constatar que a maneira de se chegar à democracia é trilhar a via política”, no qual a atividade política ela pode apresentar efeitos negativos e o termo não político, surge como um discurso ante político dependendo esforços para obter um processo, sobretudo político, aproveitando da circunstância oportuna pelo desgaste causado pela crise política.

Robert Dahl (2001) conceitua a democracia como uma associação que proporciona oportunidades para: participação efetiva; igualdade de voto; aquisição de entendimento esclarecido; exercer o controle definitivo do planejamento e inclusão dos adultos. Sendo cada uma dessas oportunidades fundamentais para que um processo democrático se estruture. Com base nesse conceito, contraditoriamente, o não político atua como membro da sociedade que busca fazer com que esses cinco pressupostos da democracia funcionem na prática, com a participação efetiva do povo nas tomadas de decisões dessa "associação", descentralizando o poder e redistribuindo-o para quem conhece as reais necessidades da população.²⁰

Ainda segundo Dahl (2001), a democracia consolida-se, de fato, em um processo eleitoral e governamental, através dos partidos políticos. Partidos esses que atuam como ponte entre povo e Estado, agrupando várias necessidades e anseios sociais em uma instituição na qual visa ter representantes que, associados a ela, dissemine sua ideologia, conquistando o apoio popular em um processo democrático eleitoral. Isso se torna ainda mais visível no Brasil, país em que os partidos políticos se dividem, aos olhos da sociedade, como times de futebol, acumulando torcidas fanáticas por todo o território nacional e isso é potencializado pela grande mídia. Nesse sentido, Kelsen citado por Ferreira (1984), elucida:

É, portanto que o indivíduo isolado carece completamente de existência político positiva, por não poder exercer qualquer influência efetiva na formação da vontade do Estado, e que, por conseguinte, a democracia só é possível quando os indivíduos, a fim de lograr uma atuação sobre a vontade coletiva reúnem-se em organizações definidas por diversos fins políticos, de tal maneira que se interponham, na relação indivíduo-Estado, aquelas coletividades que agrupam, sob a forma de partidos políticos, as vontades políticas coincidentes dos indivíduos. [...] Só por ofuscação ou dolo é

¹⁹ Murilo de Aragão é advogado, jornalista e cientista político. Mestre em Ciência Política e Doutor em Sociologia pela UNB.

²⁰ Nenhum Estado jamais possuiu um governo que estivesse plenamente de acordo com os critérios de um processo democrático. É provável que isso não aconteça. No entanto, esses critérios apresentam configurações altamente vantajosas para se avaliar as realizações e potencialidades de um governo democrático (DAHL, 2001)

possível sustentar a possibilidade da democracia sem partidos políticos. A democracia requer necessária e inevitavelmente um Estado de partidos. (KELSEN *apud* FERREIRA, 1984, p. 386)

Com isso, a mídia surge com o papel importante e influenciador²¹ sobre a população em relação à política, na qual a liberdade de imprensa é uma conquista de todo regime democrático de direito. A mídia conseguiu provocar mudanças como é vista e praticada a política e o impacto sobre os eleitores e o cenário político; entretanto, às vezes é necessário impor limites sobre a mídia, pois se esta não for regularizada pode cercear a democracia e o respeito à população pelo poder que os fins privados faz ela exercer.

Segundo Venício de Lima (2004), a mídia começou a desempenhar algumas funções antes feitas pelos partidos políticos, entre elas: canalizar as demandas da população e exercer a crítica das políticas públicas. Esse novo "agente comunitário" no processo democrático de um povo criou a centralidade da mídia²², executando o papel que era dos partidos. O alcance da mídia eletrônica TV permitiu que a população tivesse acesso a informações internas do meio político do país, proporcionando ao povo uma sensação de estar monitorando, de forma midiaticizada, seus representantes no poder, o que fortaleceu ainda mais a centralidade da mídia como intermediadora no relacionamento indivíduo-Estado.

A mídia eletrônica tornou-se para uma grande parcela da população, a principal fonte de informação brasileira. Desde então, o público atingido por essa mídia tem sua base de conhecimento político/cultural formado por todo o conteúdo que lhe é apresentado diariamente. Tudo isso ainda no início do século XXI, antes do advento da internet, hoje a maior mídia de massa do mundo. A atividade democrática primeiramente desempenhada pelos partidos, fortalecidos pela mídia eletrônica (rádio e TV), agora corre a passos largos pelo grande universo online, em que as informações políticas vem e vão, com ainda mais fontes de conhecimento ou desconhecimento; críticas pró e contra; poder individualizado e coletivo. Aqui atentamos para a volta dos políticos como protagonistas de sua própria imagem, deixando mais ofuscada a imagem do partido ou instituição a que pertence, esse novo meio de comunicação interativo (internet) deram aos governantes, candidatos políticos e pessoas do setor público a opção de saber quais as demandas da sociedade, relatadas por quem mais precisa ser ouvida, a própria sociedade.

²¹ Mauro Wolf (2005), abordagem empírico de campo, no qual é a capacidade da mídia de exercer influência no público.

²² A maioria das sociedades contemporâneas pode ser considerada como "centrada na mídia" (media centric), uma vez que a construção do conhecimento público que possibilita, a cada um de seus membros, a tomada cotidiana de decisões nas diferentes esferas da atividade humana não seria possível sem ela. (Lima, 2004)

Nesse novo cenário ascendem os seres não políticos, totalmente midiaticizados e, na maioria das vezes, com um percentual expressivo de seguidores, defensores das mesmas ideias e ideologias. Seguidores esses que já o acompanham de longas datas, exatamente por não ter um histórico no meio político, mas em outras atividades midiáticas que são muito mais atraentes aos olhos da sociedade contemporânea, movida e influenciada pelos meios de comunicação de massa.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS: DEMOCRACIA, DÓRIA E HUCK

A democracia brasileira acabou tornando-se um sistema político e não apenas uma organização política de sociedade, fazendo com que a opinião pública se oponha a opinião política (como se fosse possível separá-las), mesmo que para atingir a democracia seja pelo viés político. Com a baixa qualidade da representatividade política que existe no Brasil, surgem então os candidatos gestores no qual se intitulam não políticos, personalidades do mundo contemporâneo que atuam na sociedade exclusivamente no campo da mídia, em que tiramos como exemplo com uma provável candidatura do apresentador Luciano Huck e o ex-prefeito de São Paulo João Doria. O ex-governador de São Paulo e pré-candidato à presidência Geraldo Alckmin classifica Huck como líder com espírito público que tem a preocupação com o Brasil em melhorar as condições de vida da população, comentou ainda que o apresentador dará sua contribuição ao debate público de ideias e propostas mesmo sem se candidatar. A declaração de Alckmin reitera o olhar que boa parte da população tem pelos não políticos, que são vistos como aquele representante da sociedade, que pratica publicamente sua influência democrática online e offline, defendendo uma ideia de real sistema democrático, no qual o povo exerce a soberania.

Após uma análise referenciada em autores que tratam da influência da mídia, conceitos de democracia e artigos de opinião, é possível entender como esses atores políticos se relacionam no meio público, sejam eles com intenções eleitorais ou apenas de influência e engajamento popular. Doria e Huck são dois cases de personificações do espírito de gestor do mercado privado como salvação para a crise do setor público, mesmo um já estando no meio político e o outro não, são influenciadores midiaticizados e engajam pessoas em torno dessas pretensões do não político. Tanto que já existem outros atores políticos que são considerados outsiders, personagens novos na política, mas muito experientes em liderar pessoas, ouvi-las e ecoar seus desejos em discursos políticos diferenciados, cheios de propostas confortáveis aos ouvidos dessa mesma sociedade. O ser não político está conquistando espaço no Brasil e a

popularidade desse novo modelo tende a ganhar mais força daqui pra frente, uma vez que as interações da população são centralmente midiáticas e os nativos digitais já estão exercendo o direito de voto. Influenciar pessoas se torna mais complexo a cada dia, por isso é muito importante estudar as reais necessidades de cada nicho para ganhar a aceitação futura deste de forma segmentada e ampla ao mesmo tempo. Até aqui analisamos os exemplos de apenas dois personagens brasileiros com esse viés, mas com o avanço das comunicações e os novos estudos da sociedade, outros seres não políticos surgirão com o respaldo nacional que a mídia tem se empenhado em dar. Com novas perspectivas de marketing, ideias que agradem pessoas e as reaproximem, o não político vai tendencialmente exercer os princípios de liderança, no intuito de treinar pessoas para participarem do sistema político juntos.

REFERÊNCIAS

ARAGÃO, Murillo de. **Democracia e política**. O Globo, Brasil, 2017. Disponível em: <<http://noblat.oglobo.globo.com/artigos/noticia/2017/11/democracia-e-politica.html>>. Acesso em: 02 de maio de 2018.

ARAÚJO, Carolina. **O não-político no banquete de Platão**. In: Kléos. Nº 15, págs. 59-68, 2011. Disponível em: < <http://www.pragma.ifcs.ufrj.br/uploads/K15-CarolinaAraujo.pdf> >. Acesso em: 22 de mar. 2018.

BETIM, Felipe. **As ideias, por ora frustradas, que moviam Luciano Huck à presidência**. El País, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/15/politica/1518732156_225000.html>. Acesso em: 14 de abril de 2018.

BRANDINO, Gêssica. **Sobre Huck, Alckmin diz que “nunca é bom alguém deixar de ser candidato”**. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/02/sobre-huck-alckmin-diz-que-nunca-e-bom-alguem-deixar-de-ser-candidato.shtml>>. Acesso em: 10 de maio de 2018.

CARDOSO, Fernando Henrique. **A intolerância na política**. El País, Brasil, 2018. Disponível em: <https://brasil.elpas.com/brasil/2018/03/04/opinion/1520123718_717711.html>. Acesso em: 21 de abril de 2018.

CORDEIRO, Tiago. **Filho de deputado de esquerda e exilado na ditadura: o DNA político de João Doria que você não conhece**. Gazeta do Povo, São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/politica/republica/filho-de-deputado-de-esquerda-e-exilado-na-ditadura-o-dna-politico-de-joao-doria-que-voce-nao-conhece-6f749rjhb2bnk5efrgek45a2c>>. Acesso em: 28 de mar. 2018.

DAHL, Robert A. **Sobre democracia**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

DORNELES, Hermy Juliano. **A intervenção da mídia na política Liberdade de imprensa x democracia**. Jusbrasil, Brasil, 2015. Disponível em: <<https://hermy.jusbrasil.com.br/artigos/179006500/a-intervencao-da-midia-na-politica-liberdade-de-imprensa-x-democracia>>. Acesso em: 06 de maio de 2018.

FAULHABER, Marcello. **Um país em depressão**. EL País, Brasília, 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/02/opinion/1493754832_298868.html>. Acesso em: 20 de abril de 2018.

FERREIRA, Luís Pinto. **Princípios gerais de direito constitucional moderno**. Vol. I. São Paulo: Saraiva, 1984.

FRAZÃO, Dilva. **João Doria Junior**. Ebiografia, Brasil, 2017. Disponível em: <https://www.ebiografia.com/joao_doria_junior/>. Acesso em: 10 de abril de 2018.

GUERRA, Luiz Antonio. **Filantropia**. Infoescola, Brasil. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/sociedade/filantropia/>>. Acesso em: 25 de mar. 2018.

Ideologia, Crítica e Deliberação. In: CORREIA, João Carlos; FERREIRA, Gil Baptista; SANTO, Paula do Espírito (Orgs.). **Conceitos de Comunicação Política**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, LABCOM, 2010. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110817-correia_conceitos_2010.pdf>. Acesso em: 17 de maio 2018.

LIMA, Venício A. de. **Sete teses sobre mídia e política no Brasil**. São Paulo: USP, 2004. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/download/13317/15135>>. Acesso em: 20 de mar. 2018.

MOREIRA, João Almeida. **O “não político” que promete dominar a política brasileira**. Diário de Notícias, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://www.dn.pt/mundo/interior/o-nao-politico-que-promete-dominar-a-politica-brasileira-7582784.html>>. Acesso em: 04 de abril 2018.

PUREPEOPLE. **Luciano Huck**. São Paulo. Disponível em: <http://www.purepeople.com.br/famosos/luciano-huck_p2430>. Acesso em 16 de abril de 2018.

SOUZA, Felipe; FAGUNDEZ, Ingrid. **Quem é João Doria, o novo prefeito de São Paulo**. BBC Brasil, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-37502798>>. Acesso em: 26 de mar. 2018.

VENTURINI, Lilian. **Quais as causas e os efeitos da frase “não sou político”, adotada por vários candidatos nesta eleição**. Nexo, Brasil, 2016. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/09/19/Quais-as-causas-e-os-efeitos-da-frase-%E2%80%99n%C3%A3o-sou-pol%C3%ADtico%E2%80%99-adotada-por-v%C3%A1rios-candidatos-nesta-elei%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 25 de abril de 2018.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo, Martins Fontes, 2005.