

POLÍTICA, MÍDIA E CIDADANIA

*Reinaldo dos SANTOS**

A partir da Segunda Guerra Mundial e mais acentuadamente no limiar do século XXI, as relações entre política e meios de comunicação de massa passaram por profundas transformações, que redefiniram vários espaços de construção da política. O papel do rádio, da televisão e da Internet para o governo, as eleições, a opinião pública e os movimentos sociais, sobretudo em contextos de democracia, cada vez mais se torna alvo de reflexões de comunicólogos, historiadores, cientistas políticos e sociólogos, que têm buscado compreender as implicações do fenômeno da comunicação de massa, de seu desenvolvimento tecnológico e de seus desdobramentos sociais face ao campo político. No crescente número de trabalhos resultantes dessas abordagens, merecem destaque os chamados estudos de recepção ou audiência, que, nos últimos trinta anos, evoluíram de um panorama no qual o receptor era visto como um sujeito passivo e massacrado diante do poder das emissoras, para uma perspectiva de um espectador ativo e capaz de (re) interpretar as mensagens que recebe, como qualquer leitor diante de um texto.

É nesta segunda vertente teórica que se insere *A construção da política*, resultado das pesquisas de doutorado em Ciência Política da jornalista Alessandra Aldé, que, nos sete capítulos em que está dividida, propõe a apreensão dos mecanismos por meio dos quais o cidadão comum constrói sua própria perspectiva de política, com conceitos, explicações e opiniões, a partir de quadros de referência apreendidos na mídia.

No primeiro capítulo, é apresentada uma reflexão teórica de inserção do cidadão contemporâneo em uma nova ordem política, na qual governantes e candidatos “se comunicam diretamente com seus eleitores através do rádio e da televisão, dispensando a mediação de uma rede de relações partidárias”. Neste novo contexto associado ao conceito de “democracia de público” de Bernard Manin, a autora indaga o lugar do cidadão comum, frente à crescente influência da comunicação de massa na política, defendendo a tese da prevalência de uma interação predominantemente discursiva.

¹ Doutorando em Sociologia – Faculdade de Ciências e Letras – UNESP – Universidade Estadual Paulista – 14800-901 – Araraquara – SP.

O capítulo seguinte demarca o contexto da investigação, apresentando os perfis das dezenove pessoas envolvidas, a dinâmica da coleta dos depoimentos e os métodos de sua sistematização, bem como a construção da categoria analítica de “cidadão comum”, utilizada para a designação dos entrevistados. Nessa parte, são também destacadas as dificuldades enfrentadas pela pesquisadora na interação com os depoentes, marcada pela desconfiança frente ao tema político, majorada pelo fato das entrevistas terem sido realizadas em 1998, ano de eleições nacionais.

O capítulo 3, responde a uma indagação sobre o conceito de política, com uma tese voltada para uma construção por meio dos discursos dos sujeitos. Nele, são discutidos os mecanismos por meio dos quais são construídos sentidos para o mundo prático, a partir de referências apreendidas na mídia. É, certamente, a mais teórica das seções do livro, que revolve conceitos e balanços como os de comportamento político, quadros de referência, atitude política e de alienação.

Nos capítulos 4 e 5, os depoimentos são analisados e os depoentes tipificados numa argumentação capaz de oferecer alternativas de explicação para o comportamento político do cidadão comum. Neles, Aldé aponta que o acesso, interesse e interação de um receptor em relação à política são elementos marcantes para sua atitude política.

O sexto capítulo da obra nos leva a refletir sobre “Os mecanismos de construção da política”, focalizando o uso recorrente da televisão “como repertório de exemplos para explicar a política, através de mecanismos de incorporação de explicações, oferecidos especificamente por esse meio audiovisual”. Nele, também são discutidos a “essência dos fatos”, a “personalização da política” e o “estatuto visual da verdade”, que para a autora deriva do jornal como imagem-documento e da televisão como imagem-testemunho.

Em “Mais canais e mais sentidos”, último capítulo, são apresentadas as considerações finais e é retomada a problemática inicial do trabalho: “Qual o papel que vem desempenhando a mídia para o cidadão brasileiro comum?” A autora conclui que o consumo e a procura ativa pela informação disponível nos meios de comunicação de massa têm relação positiva com uma cidadania mais próxima e otimista em relação à esfera pública. “Quanto maior o consumo regular de informação jornalística sobre política, e quanto mais diversificada ela for, mais próximo estará o cidadão da esfera pública, e maiores as possibilidades de que a encare positivamente”.

Uma característica do trabalho de Aldé que merece ser destacada é a minuciosa descrição dos procedimentos metodológicos envolvidos na pesquisa, da seleção dos entrevistados à sistematização e interpretação dos depoimentos. Informações a respeito da distribuição dos questionários iniciais, da sistemática adotada nas entrevistas e no trabalho de campo, da caracterização dos perfis dos pesquisados e no

cotejamento de trechos dos depoimentos, que se constitui em valiosos referenciais para quem necessite utilizar metodologia semelhante.

Em relação à tipificação dos entrevistados, por exemplo, a autora utiliza como critérios

- **o acesso aos meios de comunicação**: classificando, como *amplo*, o dos sujeitos com acesso a uma maior variedade de meios (Tv aberta, rádio, Tv a cabo, jornal, revista e Internet), e, como *baixo*, aqueles circunscritos apenas à televisão aberta e ao rádio;

- **o consumo de mídia**: hierarquizando os espectadores em **ávidos, assíduos, consumidores de escândalos, frustrados e desinformados**, de acordo com a média diária de tempo dedicado aos meios de comunicação, com a variedade de títulos de telejornais, radiojornais, jornais e revistas e com a natureza da relação com a recepção de informações;

- **o interesse pela política**: associando a idéia de **forte** aos receptores que priorizavam a interação com temas políticos nos canais que consumiam e, de **fraca**, aqueles que pouco se interessavam por assuntos políticos na mídia;

- **atitude frente à política**: dividindo em **positiva**, aquela que representa um maior envolvimento, uma crença no potencial da política para a mudança, transformação e melhoria da vida cotidiana, **negativa**, a associada a uma grande descrença e descaso na utilidade da política, e a **tensa**, que além da descrença também se relaciona com uma irritação ao se deparar com temas políticos no rádio e na televisão.

A partir desses recortes a autora visualiza dois perfis antagônicos de cidadãos frente à mídia e à política: um com baixo acesso, desinformado, com interesse fraco e atitude negativa; outro com amplo acesso, ávido ou assíduo no consumo, com forte interesse e atitude positiva, estando o segundo mais voltado para uma construção da política de caráter democrático. A jornalista, da mesma forma, realiza cinco importantes balanços teórico-bibliográficos sobre os conceitos de democracia, de público, comportamento político, alienação, relação verdade-imagem e, ainda, sobre os estudos de audiência-recepção, na segunda metade do século XX.

Devido a tais características, a obra se projeta como especialmente útil para os leitores interessados na relação mídia e poder. Por um lado, por representar um dos raros estudos que se debruçam, não sobre os resultados da influência da recepção dos meios de comunicação sobre as opiniões, ações e decisões do expectador, mas sobre o processo, propriamente dito, de construção dessas representações, ou seja, os mecanismos cognitivos por meio dos quais o cidadão comum assimila referências das mensagens da mídia e as incorpora ao seu repertório de elementos para compreensão e explicação da política. Por outro lado, fornece subsídios para a reflexão em torno

das relações entre comunicação midiática e *accountability*, isto é, de como o expectador recebe e processa uma mensagem enquanto prestação de contas políticas ou não, e ainda, de como ele a processa e converte em um retorno de ações políticas para com os governantes.

A construção da política não se limita à análise da **recepção** pelo cidadão/espectador comum, mas indica caminhos para outras dimensões do conjunto das relações midiáticas, propondo conexões com as perspectivas da elaboração e **emissão** de informações, formatos e conteúdos por empresas, emissoras e poder público e com a dos próprios **meios** de comunicação, quanto a sua organização, gestão política e desenvolvimento tecnológico e social. Em relação a essa última, Aldé destaca que a própria estrutura econômica de propriedade dos meios tem graves conseqüências políticas, tanto para a emissão quanto para a recepção, sobretudo, quando se sabe que “no Brasil, mais da metade das emissoras de rádio e televisão pertencem a políticos, parentes ou pessoas ligadas a políticos”.

ALDÉ, A. **A construção da política**: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: FGV, 2004. 216p.